

I. Vorlage

- zur Beschlussfassung
 als Bericht

Gremium

Sitzungsteil

Datum

	bisherige Beratungsfolge	Sitzungstermin	Abstimmungsergebnis				
			einst.	mit Mehrheit		Ja-Stimmen	Nein-Stimmen
				angen.	abgel.		
1							
2							
3							

Betreff

Satzung zur Änderung der Satzung für Sondernutzung an öffentlichen Straßen in der Baulast der Stadt Fürth (Sondernutzungssatzung) vom 04. Januar 1979 (Amtsblatt Nr. 1 vom 12. Januar 1979) und der Gebührensatzung für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Baulast der Stadt Fürth (Sondernutzungsgebührensatzung) vom 04. Januar 1979 (Amtsblatt Nr. 1 vom 12. Januar 1979)

Zum Schreiben/Zur Vorlage der Verwaltung vom

26.06.2009

Anlagen

- 2 - (Änderungssatzung und Richtlinien)

Beschlussvorschlag

Der Bauausschuss begutachtet die Satzung zur Änderung der Satzung für Sondernutzung an öffentlichen Straßen in der Baulast der Stadt Fürth (Sondernutzungssatzung) vom 04. Januar 1979 (Amtsblatt Nr. 1 vom 12. Januar 1979) und der Gebührensatzung für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Baulast der Stadt Fürth (Sondernutzungsgebührensatzung) vom 04. Januar 1979 (Amtsblatt Nr. 1 vom 12. Januar 1979).

Die Vorlage vom 26.06.2009 einschließlich Anlagen ist Bestandteil des Beschlusses.

Sachverhalt

1. Erforderlich ist eine grundlegende Neuregelung der Werbenutzungsrechte auf öffentlichen Straßen.

Üblicherweise wurden Werbenutzungsverträge zwischen Kommunen und Außenwerbefirmen bisher mit dem Inhalt abgeschlossen, dass eine Werbefirma das exklusive Recht erhält, auf den öffentlich gewidmeten Straßen Werbeanlagen zu errichten. Die einzelnen Standorte wurden dann nur noch baurechtlich und im Hinblick auf evtl. Gefahren für den Straßenverkehr geprüft. Die Werbefirmen verpflichteten sich zur Zahlung eines bestimmten Entgelts. Im Gegenzug sagte die Kommune zu, keinen weiteren Antragstellern Sondernutzungserlaubnisse zu erteilen.

Der Bayerische Verwaltungsgerichtshof hat mit Urteilen vom 29.10.2008, Az. 8 B 05.1468 und 1471 (rechtskräftig seit 12.01.2009) zu Augsburger Fällen entschieden, dass „monopolartige Werbenutzungsverträge, die pauschal Standorte für Werbeanlagen zulassen, unzulässig sind“.

Laut VGH dürfen einer Werbefirma öffentlich-rechtliche Sondernutzungsrechte für die Aufstellung von Werbeanlagen in einem Gemeindegebiet nicht pauschal übertragen werden. Anträge von weiteren Werbefirmen, die genehmigungsfähig wären, können nicht mit Hinweis auf einen solchen Vertrag abgelehnt werden. Entsprechende Verträge sind nichtig.

Eine Satzungsregelung, die solche Verträge vorsieht (wie § 2 Abs. 5 der Fürther Sondernutzungssatzung) ist ebenfalls nichtig.

2. Für die Stadt Fürth bedeutet dies:

Hier bestand seit 1999 ein Vertrag mit der Fa. Deutsche Städte Medien, der zum 31.12.2008 ausgelaufen ist (vgl. Bericht des Ref. III in der Finanzausschuss- und Stadtratssitzung am 17.12.2008). Bisher war seitens der Verwaltung beabsichtigt, wieder einen solchen exklusiven Werbenutzungsvertrag abzuschließen und dazu ein europaweites Interessensbekundungsverfahren durchzuführen.

Die beabsichtigte europaweite Interessensbekundung ist mit einem Exklusivrecht rechtlich unzulässig; ohne Exklusivrecht ergibt sie keinen wirtschaftlichen Sinn, da höhere Einnahmen als bei adäquater Gebührenfestsetzung nur bei Verleihung eines Exklusivrechts vorstellbar sind. Die Regierung von Mittelfranken hat diese Rechtsauffassung der Stadt Fürth bestätigt.

Daher müssen die Sondernutzungs- und die Sondernutzungsgebührensatzung geändert werden.

3. Die Sondernutzungssatzung ist dahingehend zu ändern, dass

- a) die modernen Werbeträgerformen „CityLightBoards“, „CityLightPoster“ und „digitale Displays“ in die Aufzählung in § 2 Abs. 2 Nr. 9 aufgenommen werden,

- b) der nach dem VGH-Urteil nichtige § 2 Abs. 5 gestrichen wird,

- c) die Aufstellung von dauerhaften Werbeträgern auf öffentlichem Grund durch Sondernutzungserlaubnis oder durch öffentlich-rechtlichen Vertrag geregelt werden können (neuer § 3 Abs. 3).

Ein öffentlich-rechtlicher Vertrag könnte mehrere Standorte zusammenfassen, hat sich aber inhaltlich an den gleichen straßenrechtlichen Kriterien zu orientieren.

d) Um einer Häufung der Anlagen und einem Ausweichen auf private Flächen entgegenzuwirken, soll gleichzeitig die Vorschrift in der Sondernutzungssatzung, wonach Anlagen erlaubnis- und damit gebührenfrei sind, die nicht mehr als 15 cm in den Straßenraum hineinragen, für Werbeanlagen gestrichen werden. Die Werbeanbieter haben diesen Freiraum in den letzten Jahren stark ausgenutzt. Abschreckendstes Beispiel sind die zahlreichen Plakatwände an der Poppenreuther Straße entlang des Kavierlein-Geländes, deren Befestigung sich zwar auf Privatgrund (z.B. hinter einem Gartenzaun) befindet, deren Front mit der Werbung jedoch vor der Einfriedung in den öffentlichen Grund hineinragt.

Der VGH hat in dem o. g. Urteil klargestellt, dass es bei Sondernutzungen keine "Bagatellgrenze" gibt. Auch geringfügig hineinragende Anlagen nehmen den Straßenraum in Anspruch. Übliche Nutzungen, die von Gebäuden ausgehen und dem „erweiterten Anliegergebrauch“ zuzurechnen sind, wie Briefkästen, Fassadenverkleidungen, nachträgliche Wärmedämmung usw. sowie die bisher schon eigens aufgeführten Dachschläuche können trotzdem erlaubnis- und gebührenfrei bleiben. Dementsprechend wird der neue § 4 Abs. 1 a) so formuliert, dass lediglich Werbeanlagen von der 15-cm-Grenze ausgenommen werden.

Die bisherige Regelung, wonach Sondernutzungen oberhalb von 2,50 m über der Straße erlaubnisfrei sein sollen, wird aufrechterhalten, aber auf Werbung an der Stätte der Leistung begrenzt. Damit sind die traditionellen „Nasenschilder“ und Werbeschilder der Fürther Geschäftsleute an ihren Läden usw. weiterhin erlaubnis- und gebührenfrei (neuer § 4 Abs. 1 b). Sonstige kommerzielle Werbeanlagen, die auf Privatgrund stehen, aber im Luftraum in den öffentlichen Verkehrsgrund hineinragen werden hingegen gebührenpflichtig.

Derzeit gibt es im Stadtgebiet ca. 630 Werbeanlagen, die an Hauswänden oder an bzw. hinter Grundstückseinfriedungen angebracht sind und in den Verkehrsraum hineinragen. Davon sind ca. 500 Warenautomaten (315 Zigaretten-, 187 Kaugummiautomaten) und ca. 130 Großplakattafeln (Ansichtsfläche 9 qm).

Wegen des verfassungsrechtlichen Rückwirkungsverbots führt die Änderung nicht dazu, dass bestehende Werbeanlagen dieser Art beseitigt werden müssen. Sie werden aber mit Wirkung für die Zukunft gebührenpflichtig.

Die von der Regelung betroffenen Firmen sollen durch die Verwaltung von der Neuregelung in Kenntnis gesetzt und ihnen Gelegenheit zu Standortanpassungen gegeben werden. Eine Gebührenerhebung soll dann nach einer „Schonfrist“ von 1-2 Monaten erfolgen.

Von Seiten der Automatenaufsteller dürfte mit Widersprüchen zu rechnen sein. Insbesondere die Aufsteller von Zigarettenautomaten werden auf die schlechtere Ertragslage seit Einführung des Nichtraucherschutzgesetzes und dem gesetzlichen Erfordernis der Umrüstung der Jugendschutzmodule zum 01. Januar 2009 von 16 auf 18 Jahre verweisen. Dem steht allerdings die Tatsache gegenüber, dass bisher auf die Erhebung von Gebühren verzichtet wurde. Eine Gebühr von durchschnittlich 8 Cent für einen Kaugummiautomaten bzw. 34 Cent für einen Zigarettenautomaten pro Tag erscheint nach Sachlage durchaus angemessen.

4. In der Sondernutzungsgebührensatzung sind folgende Änderungen veranlasst:

a) Die bisher in § 2 Abs. 5 enthaltene „Auffanggebühr“, wonach Sondernutzungen, die nicht in der Gebührentabelle enthalten sind, in Anlehnung an andere Gebührenpositionen analog bewertet werden können, ist gemäß Urteil des Verwaltungsgerichtshofs vom 22.11.2006, Az. 8 BV 05.1918 zur Münchner Satzung nicht zulässig und soll gestrichen werden. Das bedeutet, dass zukünftig Änderungen am Sondernutzungsgebührenverzeichnis vorgenommen werden müssen, wenn darin nicht enthaltene Sondernutzungsformen so zahlreich werden, dass sie ein Regelungsbedürfnis auslösen.

b) Im Gebührenverzeichnis (Anlage 1 zur Sondernutzungsgebührensatzung) werden detaillierte Gebühren für dauerhafte Werbeanlagen vorgesehen.

Die Höhe der Sondernutzungsgebühren muss sich nach Art und Ausmaß der Einwirkung auf die Straße und dem wirtschaftlichen Interesse des Antragstellers richten (Äquivalenzprinzip).

Danach ergeben sich folgende Abstufungen:

Für Litfaßsäulen: 500 € bis 2.000 € pro Stück und Jahr
(Diese nehmen Fläche im Straßengrund ein und haben hohe Werbewirksamkeit).

Für Plakatwände (Großflächen 9 qm): 500 € bis 1.000 € pro Stück und Jahr

Für CityLightPoster: 700 € bis 1.100 € pro Stück und Jahr

Für CityLightBoards (CLB): 5.000 € bis 10.000 € pro Stück und Jahr
(CLB's stellen die derzeit attraktivste Form der Werbung dar. Sie haben die gleichen Maße wie eine Großfläche. Im Gegensatz zu einer Großfläche sind sie aber voll verglast und zeitweise hinterleuchtet und können mehrere Plakate „rollierend“ zeigen. Sie stehen auf einem Sockel in 2,50 m Höhe, sind in der Regel an stark frequentierten Standorten positioniert und sorgen quer zum Verkehr stehend für hohe Werbewirksamkeit).

Für Warenautomaten je nach Ansichtsfläche und Straßenklasse 25 € bis 150 €
pro Stück und Jahr.

Bei allen sonstigen kommerziellen Werbeträgern verbleibt es bei dem schon bisher geltenden und vom VG Ansbach gebilligten Rahmen (180 € bis 550 € pro m² Ansichtsfläche und Jahr).

Die angegebenen Gebühren ermöglichen eine sachgerechte Einstufung je nach Standort der Werbeanlage.

c) Das Straßenverzeichnis (Anlage 2 zur Sondernutzungsgebührensatzung) muss um neu hinzugekommene Straßen ergänzt werden.

5. Die Satzungen sollen zum 01.10.2009 in Kraft treten, da dem bisherigen Werbevertragspartner eine Übergangsfrist bis 30.09.2009 eingeräumt worden war. Infolge der zahlreichen Neuregelungen sollten beide Satzungen neu im Zusammenhang bekannt gemacht werden.

6. Zur Steuerung der Gestaltung der Werbeanlagen und der Ermessensausübung sollen weiter die beigefügten Richtlinien beschlossen werden.

Dies ist erforderlich, um auch ohne einen steuernden Vertrag Einfluss auf die Gestaltung der Werbeträger nehmen zu können. Die Rechtsprechung verlangt eine Beschlussfassung durch den Stadtrat, da solche generellen Ermessensbindungen nicht der Verwaltung überlassen werden können.

Die Farbgestaltung in Ziff. 3 c) wurde vom Stadtplanungsamt vorgegeben. Durch unaufdringliche Rahmenfarben soll die Buntheit des Plakats für sich stehen und eine für das Stadtbild förderliche Einheitlichkeit verfolgt werden.

Finanzielle Auswirkungen		jährliche Folgekosten	
<input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> ja	Gesamtkosten	€
<input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> ja	Budget-Nr.	im <input type="checkbox"/> Vwhh <input type="checkbox"/> Vmhh
Veranschlagung im Haushalt			
wenn nein, Deckungsvorschlag:			
Zustimmung der Käm		Beteiligte Dienststellen:	
liegt vor:		RA <input type="checkbox"/> RpA <input checked="" type="checkbox"/> weitere: <input type="checkbox"/>	
Beteiligung der Pflegerin/des Pflegers erforderlich:		<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
Falls ja: Pflegerin/Pfleger wurde beteiligt		<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	

II. POA/SD zur Versendung mit der Tagesordnung

III. BvA

Fürth, 26.06.2009

Unterschrift des Referenten

Sachbearbeiter/in:	Tel.:
Fr. Dr. Gawehns	2302
Herr Kirsch	3214