

Lübeck-Management e.V. Fleischhauerstr.37 23552 Lübeck

Hansestadt Lübeck
Bereich 5 Planen und Bauen
Herrn Senator Franz-Peter Boden
Mühlendamm 22
23539 Lübeck

Lübeck, den 10. April 2016

Entwurf einer Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde

Sehr geehrter Herr Senator Boden,

Lübeck Management e.V. und Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft begrüßen im Grundsatz eine Werbeanlagensatzung für die Hansestadt Lübeck und zwar insbesondere vor dem Hintergrund, in den definierten Bereichen ein ansprechendes Erscheinungsbild zu erschaffen und die Anwendung im Umgang von Werbeanlagen zu verdeutlichen, im besten Fall sogar, zu vereinfachen.

Der Satzungsentwurf wurde seitens der Verwaltung unter Einbindung der Betroffenen diskutiert, was besonders lobenswert ist und wofür die Beteiligten der Verwaltung herzlich danken.

Nach intensiver Überarbeitung des Satzungsentwurfs stellen sich uns dennoch etliche Fragen.


Es steht unseres Erachtens zu befürchten, dass es durch „schwammige“ Formulierungen auch künftig zu diskussionswürdigen Entscheidungen kommen wird. Zahlreiche Ausnahmen und nicht konkret definierte Grenzen bestimmten die Regel. Es mag durchaus von Vorteil einer solchen Satzungsformulierung sein, nicht alle – auch nur im Entfernten denkbaren – Situation und in letzter Konsequenz zu definieren. Das lässt immerhin Raum für individuelle Auslegungen, die beiden Seiten gelegen kommen dürften.

Wir bedauern und kritisieren, dass einerseits in Form, Gestaltung und Anbringung von Werbeanlagen stark reglementiert, andererseits einer Vielzahl von beleuchteten Stadtinformationsanlagen (WALL-Möblierung) Raum gegeben wird. Das ist ein Widerspruch in sich. Hier überwiegen eindeutig die finanziellen Interessen der Hansestadt Lübeck zu Lasten der Ausführungen über den Sinn einer Werbeanlagensatzung (siehe Präambel).

Im Übrigen halten wir an unserer Forderung fest, im Falle „frag- und diskussionswürdiger“ Entscheidungen ein Gremium einzuberufen, das sowohl der Verwaltung als auch den Betroffenen beratend und vor allem schlichtend zur Seite steht. Die Entscheidungshoheit obliegt selbstverständlich der Verwaltung und wird durch das Gremium in keiner Weise beeinträchtigt.

Im Anhang beziehen wir Stellung zu einigen Formulierungen, deren begriffliche Definitionen – im Sinne der Klarheit - unseres Erachtens noch einmal einer Überarbeitung bedürfen.

Mit freundlichen Grüßen
Lübeck Management e.V.



Olivia Kempke

Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft e.V.

Ulf von Danckelmann

Lübeck, den 10. April 2016

Anmerkungen zum Entwurf einer Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde

Zu §5 (1)

(...) Ausgenommen von dieser Beschränkung sind temporäre Beflaggungen zu besonderen Ereignissen (Firmenjubiläum u. ä.) für die Dauer von max. 14 Tagen.

Frage: Wer bestimmt die Definition „*Beflaggungen zu besonderen Ereignissen*“? 14 Tage innerhalb welchen Zeitraumes?

Anmerkung:

Fallbeispiele: Ein Unternehmen feiert sein

- 225-jähriges oder 125-jähriges Firmen-Jubiläum oder
- die Geschäftseröffnung an dem betreffenden Standort vor einem, drei, fünf, 10 Jahren oder
- das 25-, 20-, 10-, 5-jährige Jubiläum eines sehr wohlverdienten Mitarbeiters oder
- die Markteinführung eines neuen Produkts/Modells
- den Besuch eines prominenten(?) Gastes (Frau Poletta zum Show-Kochen)

und würdigt dieses – für das jeweilige Unternehmen möglicherweise durchaus sensationelle und herausragende - Ereignis **jedes Mal/jeden Monat** mit einer besonderen Aktion:

Darf dieses Unternehmen jeweils für die Dauer von max. 14 Tagen beflaggen oder Beachflags vor dem Portal seines Eingangs präsentieren?

Vorschlag: Wir empfehlen, eine „*Beflaggung zu besonderen Ereignissen auf viermal jährlich für die Dauer von max. 14 Tagen*“ zu beschränken.

§ 6 (2)

Werbeanlagen sind unzulässig als flächige Beklebung von Schaufenstern und flächige Verdeckung von Schaufenstern durch Plakate, Banner oder dergleichen.

Ausnahme: können einzeilige Beklebung der Schaufenster im oberen Drittel mit Einzelbuchstaben in einer Höhe von max. 30 cm zugelassen werden, wenn weitere Fassadenwerbung nicht möglich ist oder nicht ausgeführt wird.

Frage in der Arbeitskreissitzung am 28.01.2015: *Ist eine ganzflächige Beklebung der Fenster im Erdgeschoss eines Hauses, die nicht der Werbung dient, sondern als Blickschutz angebracht werden soll, unzulässig?*

Anmerkung:

Aufgrund struktureller Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft von Innenstädten im Allgemeinen – und künftig auch im Besonderen in der Lübecker Innenstadt – wird es zu Umnutzungen ehemaliger und nicht mehr vermietbarer Ladenflächen kommen (Ansiedlungspolitik! Ausweitung von EH-Flächen an den peripheren Standorten!). Auf diese Veränderungen muss eingegangen werden.

- 2 -

Wird eine Erdgeschossfläche künftig als Gewerbe- nicht aber als Einzelhandelsfläche (Ladengeschäft) genutzt, muss eine Folierung/Beklebung der Schaufensterfläche zum Zwecke des Sichtschutzes möglich sein, sofern sie nicht vorrangig werbenden Charakter hat. Ein Hinweis auf das dort ansässige Unternehmen muss sich kleinflächig, dezent und farblich in das Gesamtbild einfügen.

Insgesamt gilt auch hier: Die Art und Form der Gestaltung einer überwiegend- oder vollflächigen Beklebung muss sich in das anspruchsvolle Gesamtbild der Stadt einfügen.

Anträge dieser Art müssen gem. §8 der Einzelfallentscheidungen unterliegen und sollten nicht von vornherein mit dem Hinweis auf §6(2) abgewiesen werden.

In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die zahlreichen „Spielhallen“, die aufgrund gesetzlicher Vorschriften einen vollflächigen Sichtschutz anzubringen haben. **Siehe Bildbeispiel 1.** Konsequenterweise dürften solche Ansiedlungen gar nicht mehr zugelassen werden.

§ 6(4)

Werbeanlagen sind unzulässig als Werbeaufsteller (Passantenstopper) vor den Gebäuden. Das Verbot gilt auch für Fahrräder, Fahrradständer und vergleichbare Anlagen, an denen Werbeträger befestigt sind, die für längere oder immer wiederkehrend auch für kürzere Zeit an bestimmter Stelle auf Flächen im öffentlichen Raum mit dem Hauptziel der Werbung abgestellt werden.

Anmerkung:

Hier zwei Fallbeispiele.

1. Der Inhaber eines örtlichen Kaffeegeschäftes verzichtet auf motorisierten Lieferverkehr und wählt das umweltschonende Fahrrad zum Ausliefern seiner Waren innerhalb des Stadtgebiets. Das eingesetzte Fahrrad ist durchaus als „werbewirksam“ zu bezeichnen, wird aber nicht vorrangig als Werbeträger eingesetzt. Das Fahrrad trägt zwar eine Werbung in Form eines "Transportkastens mit Aufschrift des Geschäfts" (sporadisch auch ein Beachflag). Das Fahrrad wird – während der Einsatzpausen – vorübergehend und durchaus „werbewirksam“ vor dem Geschäft abgestellt – **siehe Bildbeispiel 2** -.
2. Ein buntes, hübsch angestrichenes und mit einem attraktiv dekorierten Blumenkorb bestücktes Fahrrad steht vor einem Blumengeschäft in Travemünde oder in der Lübecker Innenstadt, wird aber – mehr oder weniger offensichtlich - nicht zum Ausliefern von Blumenbestellungen verwendet.

Handelt es sich in beiden Fällen um eine Anlage mit örtlich gebundenen Werbeträgern und sind diese verboten? Handelt es sich hierbei möglicherweise um eine Werbeanlage gemäß §6(6)? Oder ist eine Sondernutzungserlaubnis zu beantragen?

§6 (5)

Werbeanlagen sind unzulässig

*... als Anstrahlung oder Lichtprojektion sowie als Leuchtband, Leuchtkette, Leuchtkontur oder ähnliche Installationen. **Ausnahmsweise** können Aufhellungen von Fassaden zugelassen werden, wenn stadtgestalterische Aspekte diese rechtfertigen.*

Anmerkung: Der Einsatz von Lichtprojektionen sollte **nicht grundsätzlich** verboten sein. Als „Lichtkunst im öffentlichen Raum“ und in Verbindung mit „**kurzfristigen Einzelaktionen**“, die durchaus als Werbung im eigenen Sinn angesehen werden können, eignen sich solche Projektionen als attraktive Einzelwerbemaßnahme (z.B. Flashmob als Hinweis auf Veranstaltungen, Jubiläen o.ä.).
Siehe Bildbeispiel 3.

Vorschlag: Einzelaktionen gegebenenfalls auf viermal jährlich je Antragsteller beschränken. Eine Einzelaktion kann an mehreren, unterschiedlichen Orten und darf an bis zu max. drei aufeinander folgenden Tagen stattfinden.

Leuchtbänder, Leuchtketten oder ähnliche Installationen sind unzulässig: Auf dem im Handbuch gezeigten Bildbeispiel handelt es sich um eine Leuchtkette, ohne weiteren Werbehinweis. Lübeck ist „Weihnachtsstadt des Nordens“ und in Travemünde wird derzeit ein „ganzjähriges Lichtkonzept“ erstellt. Welche Lichtinstallationen sind Unternehmen, Ladengeschäften, Gastronomiebetrieben - gegebenenfalls innerhalb eines bestimmten Zeitraumes (dunkle Jahreszeit?) und unter Berücksichtigung bestimmter Auflagen (Helligkeit, nicht blinkend, nicht bunt, nicht grell) - gestattet?

Was nicht geht: **Siehe Bildbeispiel 4.**

§ 6(6).

Werbeanlagen sind unzulässig als bewegliche Werbeanlagen.

Frage: Was sind „bewegliche Werbeanlagen“?

Das ist im Entwurf der WAS nicht näher definiert.

Zählen hierzu auch Fahrzeuge (PKW? Anhänger? Fahrräder? Busse?), die mit Werbung für ein oder das eigene Unternehmen versehen sind und für längere oder auch immer wiederkehrend für kürzere Zeit abgestellt werden?

Zu § 6(7).

Werbeanlagen sind unzulässig als Werbeanlagen mit grellen Farben, grellem, beweglichem oder blinkendem Licht. Als grell gilt Farbe oder Licht, wenn diese blenden, aufdringlich wirken oder in einem auffälligen Missverhältnis zu der jeweiligen Umgebung stehen.

Anmerkung:

Ein **grundsätzliches Verbot für Licht/LED/Projektions-Werbung** halten wir für **nicht zeitgemäß und wenig zukunftsorientiert**. Ein solches Verbot verbaut Möglichkeiten. Die Entwicklung in der Licht-Technik schreitet rasant voran. Es gibt extreme Qualitätsunterschiede. Eine sehr hochwertige Licht- (auch LED)-Werbung kann von wesentlich höherer Qualität sein, als manch herkömmliches, be- und hinterleuchtetes Werbeschild, ohne gleichzeitig als störend oder grell wahrgenommen zu werden. Auch hier gilt: Auf das Wie kommt es an!

- 5 -

vorzugehen. Es wäre demnach völlig ausreichend, die Gestaltungssatzung um 6 Paragraphen und das Altstadtgebiet von Travemünde zu erweitern. Da nun aber die Aufhebung der §36 und §37 beschlossen werden soll, erscheint uns eine Berücksichtigung in der Werbeanlagensatzung umso bedeutender.

In diesem Zusammenhang verweisen wir auch auf ein Gespräch in dieser Sache zwischen dem FB2, Herrn Senator Schindler, vom 15. Mai 2014. Es wurde in Aussicht gestellt, das Rechtsamt der Hansestadt Lübeck einzuschalten und prüfen zu lassen, ob das „wilde Plakatieren“ im Rahmen der Neugestaltung der Werbeanlagensatzung geregelt werden könne.

Es genügt unseres Erachtens nicht, in der Abwägung auf Folgendes zu verweisen:

Der § 6 (1) des Entwurfs schließt Fremdwerbearbeiten im Satzungsgebiet mit genau beschriebenen Ausnahmen aus. Temporäre Fremdwerbung im öffentlichen Raum wird über die Sondernutzungssatzung der HL geregelt. Es ist eine gebührenpflichtige Sondernutzungserlaubnis einzuholen. Sie kann von der Zahlung der Sondernutzungsgebühren befreit werden, wenn ein öffentliches Interesse besteht und keine kommerzielle Absicht dahintersteht.

Die Erfahrung zeigt leider, dass sich „wilde Plakatierer“ nicht an die Sondernutzungssatzung der HL halten und keine gebührenpflichtigen Sondernutzungserlaubnisse einholen. Angezeigt oder geahndet werden diese Zuwiderhandlungen i.d.R. nicht.

Es empfiehlt sich in diesem Zusammenhang auch eine Vorgabe für Immobilieneigentümer im Umgang mit ihrer gewerblich genutzten Immobilie. Sie haben dafür Sorge zu tragen, ihren Gewerbeflächen einen sauberen und ordentlichen Gesamteindruck zu verleihen und in das gepflegte Stadtbild einzufügen.

Was nützen die besten Werbeanlagen-, Gestaltungs- oder Sondernutzungserlaubnissatzungen, wenn zwischen hochwertig gestaltetem Raum weiterhin „Schandflecke“ ungeahndet Bestandsschutz genießen?

Wir fügen **Bildbeispiel 5** an, das den Handlungsbedarf rechtfertigt.

Bereits in der ersten Sitzung des Arbeitskreises am 29. Oktober 2014 haben wir vorgeschlagen, wie auch im Abwägungsbericht entsprechend protokolliert:

Es soll ein Gremium gebildet werden, das Empfehlungen für die Genehmigung von Ausnahmen ausspricht. Es sollte eine Schlichtungsstelle, die mit neutralen Personen besetzt ist, eingerichtet werden. Dadurch könnten im Falle nicht eindeutiger Sachverhalte, in Bezug auf die kommunizierten Regelungen der Werbeanlagensatzung, eventuelle juristische Auseinandersetzungen vermieden werden.

Die Abwägung wurde wie folgt begründet:

*Die Institutionalisierung eines Gremiums ist nicht Bestandteil einer Werbeanlagensatzung.
Die Genehmigung der Werbeanlage obliegt grundsätzlich der Baubehörde.
Ein Gremium oder eine Schlichtungsstelle müsste eine kontinuierliche und verlässliche Arbeit sicherstellen. Die Verwaltung steht einem solchen Gremium offen gegen über. Die Initiative müsste von den Gewerbetreibenden kommen.
Die Arbeit des Gremiums ist beratend und ersetzt nicht die Genehmigungshoheit der Gemeinde.*

Anmerkung: Wir halten an der Forderung eines „neutralen Gremiums“ fest. Dieses begründen wir wie folgt:

Für den Fall diskussionswürdiger Entscheidungen im Antragsverfahren sollte ein in ungerader Personenzahl (fünf bis max. sieben Personen) besetzter Beirat als „Schlichtungskommission“ eingesetzt werden.

Wir fordern deshalb, den Satzungstext der Werbeanlagensatzung wie folgt zu ergänzen:

+++ In Zweifelsfällen wird ein neutraler, unabhängiger Beirat einberufen, dessen demokratische Entscheidung beratende Wirkung hat.

Dieser Beirat besteht aus folgenden Vertretern:

1. Einer/einem VertreterIn aus dem **FB 5, Fachbereich Planen und Bauen** – vorzugsweise eine Person, der/die die Gestaltung der neuen Werbesatzung aktiv begleitet hat -
2. Dem/Der Vorsitzenden/in des **Architekturforums Lübeck e.V.** – alternativ einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat –
3. Für den Geltungsbereich
 - a). „**Lübecker Altstadt**“: Dem/Der **Vorsitzenden/in des Lübeck Management e.V.** – alternativ einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat –
 - b). **Für den Geltungsbereich „Travemünder Altstadt“**: Dem/Der Vorsitzenden/in der **Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft e.V.** – alternativ einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat –
4. Einer/einem VertreterIn der **Industrie- und Handelskammer Lübeck**, Bereich Einzelhandel / Existenzgründung und Unternehmensförderung – hier insbesondere Unternehmensförderung in der Hansestadt Lübeck und/oder - alternativ einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat aus der für diesen Bereich gewählten Vollversammlung –
5. Einer/einem VertreterIn des **Einzelhandelsverband Nord e.V.**, hier wirkend im Einzugsgebiet der Hansestadt Lübeck und – alternativ - einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat –

- 7 -

6. Dem/Der Vorsitzenden/in der **Kaufmannschaft zu Lübeck**– alternativ einer/einem zu benennenden VertreterIn mit Mandat –

7. Einer neutralen, unabhängigen Vertreterin (Bürgerin), die/ einem neutralen unabhängigen Vertreter (Bürger).

Der Beirat wird in Zweifelsfragen von der Verwaltung einberufen und möge nach eingehender Beratung demokratisch beschließen. Die demokratische Entscheidung des Beirats möge seitens der Bauverwaltung in die Bewertung einer Entscheidung einfließen. Die Arbeit des Beirats ist beratend und ersetzt nicht die Genehmigungshoheit der Gemeinde. Die Genehmigung der Werbeanlage obliegt grundsätzlich der Baubehörde.

Die Verwaltung möge in Form einer jährlichen Zusammenfassung die Anzahl der

- genehmigten Werbeanlagen in jeweils Lübeck und Travemünde
- gerügten und/oder abgelehnten Anträge sowie
- geahndeten und abgestellten Missstände

darlegen. +++

Die Verwaltung muss darüber hinaus über die nötigen personellen Ressourcen verfügen, Abmahnungen auszusprechen und Vergehen gegen die Vorschriften zu ahnden.

Lübeck Management e.V.



Olivia Kempke
Geschäftsführende Vorsitzende

Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft e.V.

Ulf von Danckelmann
1. Vorsitzender



Bildbeispiel 1



Bildbeispiel 2



Bildbeispiel 3

Verboten...

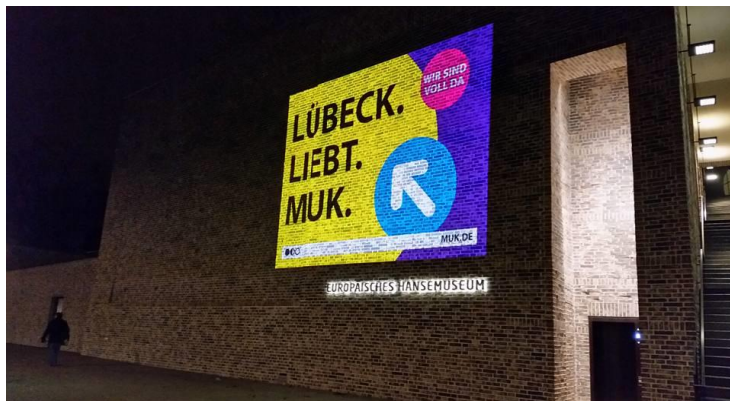


◀◀ FOTOMONTAGE

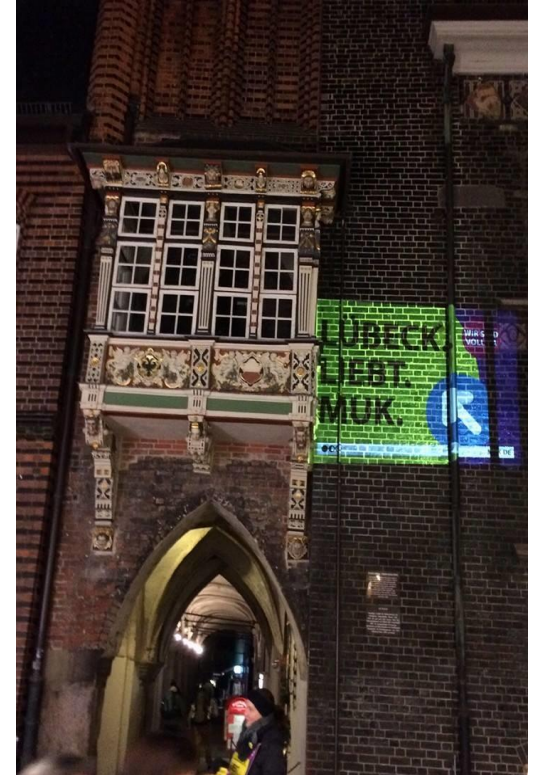
Unzulässige Lichtprojektion auf eine Fassade.

Bildbeispiel 3

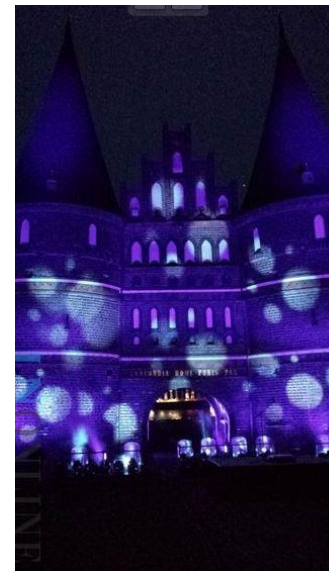
So etwas sollte aber möglich sein...



Bildbeispiel 3



Bildbeispiel 3



Bildbeispiel 3

Negativ:



◀ FOTO
Unzulässige, farbige Werbung in Form
von einem Display mit LED Laufschrift.

Bildbeispiel 4

Laut Handbuch verboten:



◀ FOTO
Beispiel für eine Leuchtkette in Form von um die Fenster angeordneten Glühbirnen. Leuchtketten sind unzulässig.

Gehört unbedingt verboten!

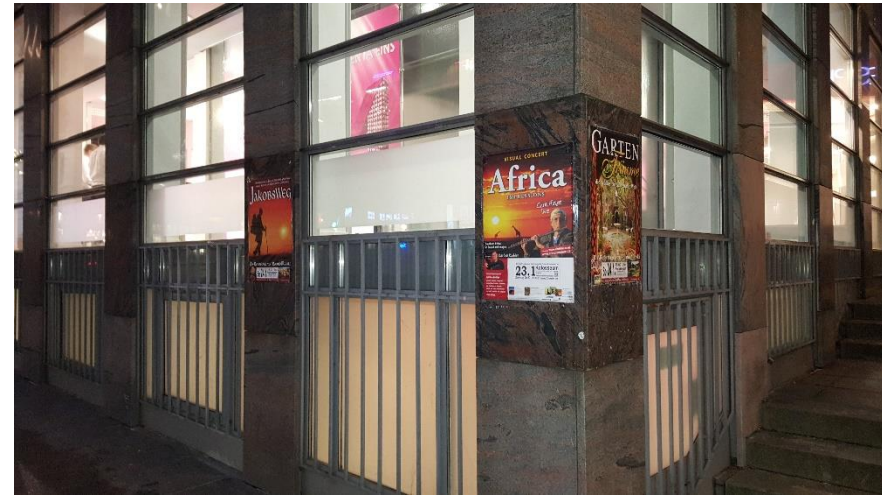


Aber:
Weihnachtsstadt des Nordens?
Lichtkonzept Travemünde?

Bildbeispiel 5



Bildbeispiel 5





Handelsverband Nord e.V. – Postfach 1969 – 24018 Kiel

Wirtschaftsausschuss und Ausschuss
für den „Kurbetrieb Travemünde“

Per E-Mail: jan.ehrich@luebeck-tourismus.de

Handelsverband Nord
Hamburg • Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

11.04.2016
HV/ gri

Stellungnahme zur Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde zur Sitzung des Wirtschaftsausschusses und Ausschuss für den „Kurbetrieb Travemünde“ am 11.04.2016

Sehr geehrter Herr Dr. Eymmer,
sehr geehrter Herr Ehrich,
sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken Ihnen herzlich für die Möglichkeit, eine Stellungnahme zur Werbeanlagensatzung im Wirtschaftsausschuss und Ausschuss für den Kurbetrieb Travemünde abgeben zu können.

Da wir aus terminlichen Gründen leider nicht persönlich teilnehmen können, übersenden wir Ihnen unsere Anmerkungen im Folgenden.

Zunächst einmal begrüßen wir es, dass sich auch die Stadt Lübeck dem Thema Stadtgestaltung widmet. Welchen positiven Einfluss die Gestaltung und Ordnung von Stadtmobiliar auf Stadtmarketing, Handel, Gastronomie und Immobilienwirtschaft haben kann, zeigt eine aktuelle Initiative der Stadt Kiel. Der Architekt Felix Schmuck belegt sachlich analytisch, dass weniger mehr sein kann und erhielt mit seinem Vorschlag des Aufräumens mit Kundenstoppnern, mobilen Würstchenbuden und ausufernder Werbeschilderflut in der Fußgängerzone sogar eine Auszeichnung beim Stadtmarketingforum Schleswig-Holstein.

Den Entwurf zur Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck Travemünde haben wir bereits Anfang letzten Jahres unseren Mitgliedsunternehmen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wurden die Handelsunternehmen auch zu einer öffentlichen Informationsveranstaltung der Hansestadt Lübeck am 21.04.2016 eingeladen und konnten sich informieren. Anregungen und Kritikpunkte aus der Veranstaltung wurden

Handelsverband Nord e.V.
Hopfenstraße 65
24103 Kiel
Telefon (04 31) 9 74 07-0
Telefax (04 31) 9 74 07-24
www.ehv-nord.de

Kieler Volksbank eG
BLZ 210 900 07
KTO 90 004 507
IBAN DE77210900070090004507
BIC GENODEF1KIL
Amtsgericht Kiel - VR 2162 KI
Präsident: Andreas Bartmann

im vorliegenden Entwurf weitestgehend berücksichtigt. Insbesondere begrüßen wir hierbei, dass ein Bestandsschutz für genehmigte Werbeanlagen vereinbart wurde und für bisher nicht genehmigte Werbeanlagen ein Duldungszeitraum zum Entfernen der Anlage eingeräumt wurde. Wir empfehlen diese Vereinbarung auch schriftlich festzuhalten. Darüber hinaus begrüßen wir, dass die Verwaltung der Gründung eines beratenden Gremiums für diskussionswürdige Entscheidungen und Zweifelsfragen offen gegenüber steht. An dieser Stelle möchten wir gern unsere Bereitschaft zur aktiven Mitwirkung in einem solchen Gremium signalisieren.

Bezüglich des §6 (5) der Werbeanlagensatzung, welcher den Einsatz von diversen Leuchtmitteln regelt, sehen wir noch Klärungsbedarf, ob und inwieweit die Weihnachtsbeleuchtung betroffen ist. Gegebenenfalls ist hier die Dauer sowie die Art und Weise der Beleuchtung in der Weihnachtszeit zu definieren.

Ferner möchten wir anregen, Unternehmen, die von der Werbeanlagensatzung betroffen sind, aktiv über das Inkrafttreten der Werbesatzung zu informieren, beispielsweise mittels eines persönlichen Informationsschreibens, welches auf die Möglichkeit des Downloads oder den Bezug des kostenfreien Handbuchs hinweist. Bei der Gewerbeanmeldung sollte die Werbesatzung ebenfalls aktiv angesprochen und idealerweise ausgehändigt werden.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Grittner', with a long horizontal stroke extending to the right.

i.A. Claudia Grittner

IHK zu Lübeck | Fackenburger Allee 2 | 23554 Lübeck

Wirtschaftsausschuss und
Ausschuss für den „Kurbetrieb
Travemünde (KBT)“
der Hansestadt Lübeck
Herrn Dr. Burkhard Eymer

Per E-Mail:

jan.ehrich@luebeck-tourismus.de

**Existenzgründung und
Unternehmensförderung**

Ihr Ansprechpartner:

Bernd Horst

Telefon:

0451 6006-173

Telefax:

0451 6006-4173

E-Mail:

horst@ihk-luebeck.de

13.04.2016

Entwurf der Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde Stellungnahme auf Bitte des Wirtschaftsausschusses der Hansestadt Lübeck

Sehr geehrter Herr Dr. Eymer,

vielen Dank für die Unterlagen sowie die Gelegenheit der Stellungnahme zum Entwurf der Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde. Gerne fassen wir unsere Hinweise wie folgt zusammen:

Zunächst begrüßen wir den Ansatz, das Stadtbild der beiden Altstadtbereiche durch klare Regelungen in Bezug auf die eingesetzten Werbeanlagen aufzuwerten. Dies kann einen positiven Beitrag dazu leisten, die Attraktivität der Innenstadtlagen für Bewohner und Gäste der Hansestadt zu sichern und weiter zu entwickeln.

Des Weiteren begrüßen wir den vorgesehenen Bestandsschutz für bereits errichtete Werbeanlagen sowie die eingeräumte Übergangsfrist zur Duldung nicht genehmigter Anlagen.

Damit die Werbeanlagensatzung (WaS) einen wirksamen und praktikablen Beitrag leisten kann, sind aus unserer Sicht möglichst eindeutige Regelungen erforderlich, die sowohl dem Einzelhandel und dem Gastgewerbe als auch der Stadtverwaltung eine klare Orientierung bieten und eine Grundlage für objektiv nachvollziehbare Entscheidungen geben.

Vor diesem Hintergrund sollten insbesondere die §§2, 5 (1) und 6 (4) der Satzung geprüft werden. Laut den Sätzen 1 und 2 des §2 bezieht sich die WaS auf die Festlegungen des §11 (1) und (6) der Landesbauordnung (LBO-SH). Damit soll die WaS sich nur auf die ortsfest bzw. ortsfest genutzten Anlagen gem. § 11 (1) LBO-SH beziehen. Dennoch geht die WaS an mehreren Stellen auf hiermit ausgeschlossene Werbemaßnahmen wie z.B. Beflaggungen (vgl. §5) oder nicht-ortsfeste Anlagen (vgl. §6) ein.

Uns ist bewusst, dass aufgrund der vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten nicht jeder Einzelfall in der WaS geregelt werden kann. Für strittige Fälle kann daher die Einrichtung eines Schlichtungsgremiums sinnvoll sein, das mit Vertretern unterschiedlicher Akteure besetzt ist und bei strittigen Fällen Empfehlungen ausspricht. Die IHK zu Lübeck ist gerne bereit, sich in solch einem Gremium zu engagieren.

Für Rückfragen sprechen Sie uns gerne an.

Mit freundlichen Grüßen

i. A.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bernd Horst', written in a cursive style.

Bernd Horst
Referent



An den
Wirtschaftsausschuss und
Ausschuss für den „Kurbetrieb Travemünde (KBT)“
der Hansestadt Lübeck
Herrn Dr. Burkhard Eymmer

Per E-Mail: Jan.Ehrich@luebeck-tourismus.de

Lübeck, 15. April 2016

**Entwurf der Werbeanlagensatzung für die Altstadtbereiche Lübeck und Lübeck-Travemünde
Stellungnahme der Kaufmannschaft zu Lübeck auf Bitte des Wirtschaftsausschusses
der Hansestadt Lübeck**

Sehr geehrter Herr Dr. Eymmer,

wie wir erfahren haben, bittet der Wirtschaftsausschuss um Stellungnahme zum oben genannten Satzungsentwurf. Diesem Wunsch entsprechen wir hiermit gerne.

Die Kaufmannschaft zu Lübeck begrüßt ausdrücklich, dass es durch diese Werbeanlagensatzung zu einer Neuordnung kommen kann.

Ihnen liegen bereits die Ausführungen des Lübeck Managements / der Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft vor. Diese Erkenntnisse sind in Zusammenarbeit mit Mitgliedern unseres Vorstandes erarbeitet worden. Wir möchten uns der Stellungnahme in vollem Umfang anschließen.

Wichtig ist uns zu betonen, dass zusätzlich zum Regelwerk die Kontrolle und der konsequente Umgang mit ungenehmigten bzw. satzungswidrigen Werbeanlagen erfolgen müssen. Dies ist unseres Erachtens bereits vor dieser Neuordnung möglich.



Kaufmannschaft zu Lübeck

WACHSENDE WIRTSCHAFT FÜR LÜBECK UND DIE REGION

Abschließend ist festzuhalten, dass die Kaufmannschaft zu Lübeck ebenfalls eine Notwendigkeit sieht, für unklare bzw. strittige Fälle ein Gremium aus Verwaltung und Wirtschaft zu benennen, die eine Entscheidungsempfehlung anbieten.

Hierfür stellen wir uns gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

KAUFMANNSCHAFT ZU LÜBECK

Michael Weiß
Präses