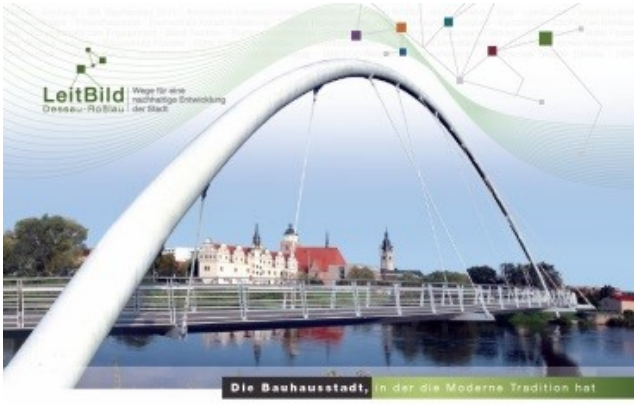
Anlage 2

Konzept für die Werbung auf öffentlichen Flächen der Stadt Dessau-Roßlau



Gliederung Seite

	Präambel	3 - 4
I.	Allgemeiner Teil – Grundsätze	5 - 6
II.	Detaillierter Teil – Werbeflächen	
1.	Wartehallen	7 - 8
2.	Fahrradabstellanlagen	8 - 9
3.	Stadt-Informationsanlagen	9 - 10
4.	Litfaßsäulen (Allgemein- und Ganzsäulen)	10 - 11
5.	Werbetafeln (Großflächen)	11 - 12
6.	City-Light-Boards	12 - 13
7.	Kandelaberwerbung (Mastwerbung)	13 - 15
8.	Uhrensäulen	15
9.	Sammelgewerbehinweisanlagen	15 - 16
10.	Hotelleitsystem	16 - 17
11.	Öffentliche Toilettenanlagen	17 - 18

(erstellt durch das Tiefbauamt im Dezernat für Stadtentwicklung und Umwelt der Stadt Dessau-Roßlau)

Stand: 29.12.2016

I. Präambel

Dessau-Roßlau ist eine Stadt mit großartiger Vergangenheit, in der die Moderne Tradition hat: Vier UNESCO-Welterbe sind hier erlebbar. Inmitten des UNESCO-Biosphärenreservats, der Auenlandschaft von Elbe und Mulde, gelegen ist Dessau-Roßlau zwar eine Flächenstadt und mit ihren ca. 85.000 Einwohnern ein kleines Oberzentrum. Sie ist aber nach Magdeburg und Halle die drittgrößte Stadt Sachsen-Anhalts und wie kaum eine andere heute noch geprägt von der Aufklärung des 18. Jahrhunderts mit dem UNESCO-Welterbe Dessau-Wörlitzer Gartenreich und der klassischen Moderne des UNESCO-Welterbes Bauhaus vom Anfang des 20. Jahrhunderts. Seit 1927 gehört das Dokumentenerbe, das Dessauer Exemplar von Luthers Römerbrief-Vorlesung (1515/16), zum Bestand der Anhaltischen Landesbücherei und ist eine der wertvollsten historischen Büchersammlungen der Reformationszeit im mitteldeutschen Raum. Seit 2015 ist es als UNESCO-Dokumentenerbe anerkannt.

Die Wirtschaftsgeschichte Dessau-Roßlaus wird durch eine Reihe innovativer Unternehmer wie Oechelhaeuser, Polysius, von Unruh, den Gebrüdern Sachsenberg und nicht zuletzt Prof. Hugo Junkers, der hier unter anderem das erste Ganzmetallflugzeug der Welt baute, geprägt. Von den Anfängen der Industrialisierung im 18. Jahrhundert bis zur deutsch-deutschen Vereinigung im Jahre 1990 entwickelte sich die Stadt zu einem Standort der Großindustrie.
Heute ist Dessau-Roßlau Standort von Maschinenbau-, Pharma- und Dienstleistungsbetrieben, des Umweltbundesamtes, der Hochschule Anhalt mit den Studienrichtungen Design, Architektur, Vermessungswesen, Facility Management, des größten und modernsten Berufsschulzentrums des Landes, der Stiftung Bauhaus Dessau und des Anhaltischen Theaters mit seiner Philharmonie. Als Oberzentrum ist Dessau-Roßlau auch der Versorgung über die eigene Bevölkerung hinaus der Region verpflichtet.

Das städtebaulich-architektonische Erbe der Stadt ist durch Krieg und Wiederaufbau durch keine einheitliche und homogene Struktur geprägt. Vielmehr macht die Vielfalt der Räume und ihrer Prägungen den Charme der Stadt aus. Die Stadt zeigt sich kleinteilig verziert in den maßstäblichen Stadträumen der Gründerzeit, sparsam elegant und großzügig in der Nachkriegsbebauung, oder auch spröde in der industriellen Bauweise. Vielfach zu raumgreifend in den Anlagen auf eine großstädtische Wachstums-Entwicklung orientiert sieht sich Dessau-Roßlau nunmehr durch den demographischen Wandel mit Schrumpfungsprozessen konfrontiert.

Diese Prägungen entfalten aus sich heraus ihre Wirkung, nichts davon wird versteckt oder verdeckt. Dieser große gestalterische Schatz ist, dass die Stadträume auch tatsächlich noch selbst wirken können, nichts die Aufmerksamkeit wesentlich von ihnen ablenkt und dem Betrachter die Ruhe zum Betrachten gewährt.

Werbung und Stadtgestalt werden in der Regel als Gegenspieler begriffen, die unvereinbar einander gegenüberstehen. In dem Streben, durch Werbung maximale marktorientierte Aufmerksamkeit zu erzielen, entsteht vielerorts die Gefahr, dass der Schutz eines Ortsbildes, der Bedarf an Orientierung, der Überfrachtung wichtiger Stadträume wie Hauptstraßen untergeordnet wird.

Dennoch ist Werbung auch ein wichtiger Bestandteil des öffentlichen Lebens, ist Gestaltelement und Ausdruck von Lebensqualität und -vielfalt sowie wichtiges Element der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ortsansässiger Betriebe, Veranstalter und Verkaufseinrichtungen und nicht zuletzt der Stadt selbst.

Ziel des Konzeptes ist, den gemeinsamen Weg von Stadtgestaltung und Außenwerbung auf den dafür üblicherweise vorgesehenen Formaten (z.B. Litfaßsäulen, Großwerbetafeln, City-Light-Boards) zu definieren. Ein gegenseitiges Inspirieren soll die von vielen Einflüssen, Formen und Räumen geprägte Stadtgestalt unterstützen, ungefasste Räume formen, unsichtbare Wege weisen und somit ein gegenseitiges Stärken von Stadt und Werbung durch maßvolle stadtplanerische Regulierung erreichen.

Und schließlich stellt diese Werbekonzeption auf der Grundlage der Anforderungen für das Sich-Einfügen in die Stadt die Grundsätze und Zielrichtungen der Bewerbung innerhalb des öffentlichen Raumes auf. Mit dem Konzept werden in der Stadt die Rahmenbedingungen sowohl für die Werbung von Produkten und Unternehmen (Wirtschaftswerbung) als auch die stadteigene kulturelle und sportliche Werbung erläutert und festlegt.

I. Allgemeiner Teil - Grundsätze

Die Stadt Dessau-Roßlau verfolgt mit der Aufstellung des Konzeptes das Ziel, die Werbung im öffentlichen Raum zu steuern. Einer unerwünschten Häufung von Werbeanlagen und einer damit verbundenen möglichen Beeinträchtigung des Straßen- und Ortsbildes soll entgegengewirkt werden. Es bildet den Handlungsrahmen mit klarer Struktur für die jeweiligen Maßnahmen der Werbung im Stadtgebiet.

Das Werbekonzept bezieht sich ausschließlich auf die Werbung auf öffentlichen Flächen und den dafür üblicherweise vorgesehenen ortsfesten Werbeträgern (z.B. Litfaßsäulen, Großwerbetafeln, City-Light-Boards). Es ist inhaltliche Grundlage, an der sich die Werbung zu gemeinhin unternehmerischen Zweck in Dessau-Roßlau auszurichten hat.

Im vorliegenden Werbekonzept werden die vorhandenen Werbeformate, deren Anzahl, die derzeitigen Standorte sowie die zu beachtenden Entwicklungsziele, beschrieben. Zusätzliche Standorte sind möglich. Die Genehmigungsfähigkeit muss jedoch im Einzelfall unter planungsrechtlichen, denkmalrechtlichen, bauordnungsrechtlichen, eigentumsrechtlichen sowie straßen- und verkehrsrechtlichen Gesichtspunkten geprüft werden. Dabei sind die zuständigen Behörden anzuhören, um den entstehenden Einfluss besser beurteilen zu können.

Neue Werbeformate haben sich dem vorliegenden Konzept primär unterzuordnen. Bei Erfordernis sind ergänzende Regelungen zu treffen und das Konzept fortzuschreiben.

Zusätzliche Werbeträger sollen grundsätzlich an örtlichen und überörtlichen Hauptverkehrsstraßen gemäß Verkehrsentwicklungsplan der Stadt sowie einzelnen Hauptsammelstraßen, die wichtig für den Verkehr zwischen den Ortsteilen sind, zulässig sein **(Anlage 1)**.

Nachfolgende Kriterien schränken diese grundsätzliche Zulässigkeit in folgendem Maß ein:

1. Wohngebiete abseits der Hauptsammelstraßen sind von der Werbung grundsätzlich ausgenommen. Als Handlungsleitlinie zur Abgrenzung der Gebiete gelten hier die Vorgaben der örtlichen Bauleitplanung.

2. Straßen in Denkmalbereichen und Bereichen von bedeutenden Einzeldenkmalen oder in Sichtbeziehungen auf wertvolle Sehenswürdigkeiten der Stadt sowie Standorte vor öffentlichen Einrichtungen, Kindergärten, Schulen, Glaubenseinrichtungen und Friedhöfen sind von Werbung grundsätzlich ausgenommen.

3. Ausgenommen sind auch der Außenbereich gem. § 35 BauGB sowie Parkanlagen, Spielplätze und Grünzüge. Auch hier kann der Flächennutzungsplan als Orientierungshilfe herangezogen werden.

Diese Grundsätze sind nicht auf die bestehenden Werbesäulen, Wartehallen und Fahrradabstellanlagen anzuwenden.

Bei der Standortwahl neuer Anlagen die mit einer Hintergrundbeleuchtung ausgestattet sind, ist darauf zu achten, dass durch die beleuchteten Werbeträger keine schädlichen Umwelteinwirkungen durch Licht hervorgerufen werden (siehe „Hinweise zur Messung, Beurteilung und Minderung von Lichtemissionen Bund/Länder- Arbeitsgemeinschaft für Immissionsschutz (LAI“).

Die Plakatierung an Brücken im städtischen Raum ist nicht gewollt. Es wurde in der Stadt festgelegt, dass in erster Linie aus Gründen der Verkehrssicherheit aber auch zur Verbesserung der Stadtansicht, zur Vermeidung von übermäßiger Beanspruchung von Brückengeländern keine Genehmigung für die Anbringung von Werbebannern an Brückengeländern der Stadt Dessau-Roßlau erteilt wird.

Das Image der Stadt kann durch attraktive Präsentation und das Anbieten von Serviceleistungen aufgewertet werden.

Die kommerziellen Werbeträger sollen für die städtische Werbung mit genutzt werden. Dafür sind gewisse Kontingente der einzelnen Werbeträger zur Verfügung zu stellen.

Die Werbeträger auf städtischem Grund stehen für kulturelle und kommerzielle Werbung zur Verfügung. Die im Rahmen des „Gesamttouristischen Leit- und Informationssystems“ für die Stadt Dessau-Roßlau zu errichtenden touristischen Wegweiser und Informationen sowie bereits bestehende touristische Informationstafeln stehen für die kommerzielle Werbung nicht zur Verfügung.

Die Aufstellung eigener Werbeträger politischer Parteien, Wählergruppen und Einzelbewerber/innen anlässlich der Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen sowie der Antragsteller von Volksbegehren und Volksentscheide sind vom Werbekonzept ausgenommen.

Der im öffentlichen Raum Werbende verpflichtet sich in jedem Fall zum konsequenten Verzicht auf gewaltverherrlichende bzw. allgemein anstößige Werbeinhalte, das gilt insbesondere für den Kinder- und Jugendschutz. Die Stadt behält sich ein Einspruchs- bzw. Mitspracherecht vor, soweit von den Werbeinhalten eine gemeinhin diskreditierende Wirkung für die Stadt und deren Renommee ausgeht. Gleiches gilt entsprechend für geschlechterfeindliche, jugendgefährdende, gewaltverherrlichende und verfassungsfeindliche Werbung.

Das Werbekonzept wurde vom Stadtrat der Stadt Dessau-Roßlau beschlossen. Anträge auf Sondernutzungsgenehmigung, die die Bewerbung des öffentlichen Verkehrsraumes zum Gegenstand haben, haben den Vorgaben dieses Werbekonzeptes daher ermessensgerecht zu genügen.

Diese allgemeinen Grundsätze werden durch rechtliche Vorschriften ergänzt.

II. Detaillierter Teil - Werbeflächen

Nachfolgend wird aufgeführt, welche Werbeflächen derzeit im Stadtgebiet Dessau-Roßlau vorhanden sind und wo sich alle Standorte befinden. Die Möglichkeit weiterer Standorte von Werbeflächen ist vorhanden. Diese sind als Einzelfallentscheidung zu prüfen.

1. Wartehallen
2. Fahrradabstellanlagen
3. Stadt-Informationsanlagen (freistehende Vitrinen)
4. Litfaßsäulen (Allgemein- und Ganzsäulen)
5. Werbetafeln (Großflächen)
6. City-Light-Boards
7. Kandelaberwerbung (Mastwerbung)
8. Uhrensäulen
9. Sammelgewerbehinweisanlagen
10. Hotelleitsystem
11. Öffentliche Toilettenanlagen

1. Werbeträger – Wartehallen

Beschreibung des IST-Zustandes

Wartehallen sind wichtige Werbeträger und gleichzeitig ein unverzichtbares Stadtmöbel als Witterungsschutz an Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs. Das vorrangige Modell ist die Mabeg- Wartehalle aus 2 bis 9 Feldern bestehend, ausgestattet mit 2 m² großen City-Light-Postern in verglasten Vitrinen, Sitzgelegenheit und Fahrgast-informationsvitrine (linkes Bild). Die Großflächenwerbewartehalle ist mit einer Werbegroßfläche von 9 m² als Rückwand und nur einer Sitzgelegenheit ausgestattet (rechtes Bild). Wartehallen sind aus den Städten ebenso wenig wegzudenken wie aus den Mediaplänen für Außenwerbung.

Bestand und Lage

In der Stadt Dessau-Roßlau befinden sich 187 Wartehallen in verschiedenem Eigentum (Stadt, DVG, Fa. DSM, Fa. Schwarz). Von den 157 Mabeg- Wartehallen sind in 93 insgesamt 133 Werbevitrinen installiert, die mit City-Light-Poster bestückt sind. Von den Großflächenwerbewartehallen sind 30 Anlagen mit einer Werbefläche im Stadtgebiet errichtet. Die jeweiligen Standorte und die detaillierten Angaben zu den Wartehallen sind in den **Anlagen 2, 3 und 4** ersichtlich.

Entwicklungsziele

Für die Zukunft ist bei neu zu errichtenden Wartehallen im Stadtgebiet Dessau-Roßlau immer auf den ortsüblichen Wartehallentyp zurück zu greifen. Die Farbgebung ist mit dem Gestaltungsbeirat abzustimmen.

Bei der Anordnung der beleuchteten Vitrine für Werbezwecke ist darauf zu achten, dass die Sichtbeziehung zwischen dem Fahrgast und dem Linienkraftfahrer des ÖPNV nicht gestört wird. Zukünftig sind weitere Standorte für Wartehallen geplant. Bei Werbebedarf können diese mit Werbevitrinen ausgestattet werden.

Die Großflächenwerbewartehalle bietet für den Fahrgast nur bedingten Witterungsschutz. Sie sollte nur an ausgewählten Standorten zum Einsatz kommen.

2. Werbeträger – Fahrradabstellanlagen

Beschreibung des IST-Zustandes

Diese Anlagen dienen dem sicheren Abstellen von Fahrrädern. Mittels einer Überdachung ergibt sich eine vor Wind und Wetter schützende Fahrradabstellanlage. Ähnlich wie bei den Wartehallen sind verglaste Vitrinen angebracht, die mit 2 m² großen City-Light-Postern bestückt werden. Im Umfeld mit Wartesituation können die City-Light-Poster Detailinformationen transportieren und die Zielgruppe zu Interaktion anregen.

Bestand und Lage

Im gesamten Stadtgebiet Dessau-Roßlau befinden sich 4 Fahrradabstellanlagen, die für die Ausrüstung mit Werbevitrinen geeignet sind. Bisher ist nur 1 Werbevitrine installiert. Ihre Standorte und ihre Ausstattung sind aus den **Anlagen 2 und 5** erkennbar.

Entwicklungsziele

Weitere Standorte für zusätzliche witterungsgeschützte Fahrradabstellanlagen sind denkbar. Die Stadt Dessau-Roßlau verfügt über eine hohe Radverkehrsmobilität. Sie genießt nach wie vor den Ruf der „Fahrradstadt“. Im Nahverkehrsplan, beschlossen am 13.04.2016 im Stadtrat, ist der Ausbau von Bike-an-Ride-Anlagen im Stadtgebiet vorgesehen.

In dem am 27.01.2016 durch den Stadtrat beschlossenen Radverkehrskonzept, hat sich die Stadt zum Ziel gesetzt, den Radverkehr zu fördern. Das darin beschriebene Radlogo, welches die Öffentlichkeitsarbeit unterstützt, soll im Rahmen der Möglichkeiten außerhalb der Werbevitrinen am Baukörper der überdachten Anlagen angebracht werden.

Im Rahmen der Umsetzung der Festlegung 5.3.2 des Radverkehrskonzeptes ist eine Fahrradstellplatzrichtlinie in Erarbeitung, welche unter anderem die grundsätzlichen Qualitäts- und Mengenstandards und technischen Parameter, zur Errichtung von Fahrradabstellanlagen beinhaltet.

3. Werbeträger – Stadt-Informationsanlagen (freistehende Vitrinen)

Beschreibung des IST-Zustandes

Diese freistehenden Werbeträger werden ebenfalls mit 2 m² großen City-Light-Postern ausgestattet. Gut platziert in Bereichen mit erhöhtem Fußgängerverkehr sorgen sie für unmittelbare Werbewirkung. Durch die Hinterleuchtung der verglasten Vitrine wird die Aufmerksamkeit bis in die Abend- und Nachtstunden erreicht.

Bestand und Lage
Die Standorte der 9 freistehenden Vitrinen sind in der **Anlage 2, 6 und 7 ersichtlich**.

Entwicklungsziele
Ausschließlich im Stadtgebiet Dessau sind die Stadt-Informationsanlagen zu finden. Im Stadtgebiet Roßlau fehlen solche Anlagen. Auch hier ist an geeigneten Standorten die Genehmigung neuer Anlagen möglich. Die Standorte sind zu überprüfen, welche Nutzung, ob werblich, als zentrale Informationsfläche oder die Mischung aus beiden, in den Vitrinen stattfinden soll.

4. Werbeträger - Litfaßsäulen

Beschreibung des IST-Zustandes
Die Litfaßsäulen unterscheiden sich in der Nutzung. Zum einen gibt es die Allgemeinstellen und als weiteres Medium ist Werbung mit den Ganzstellen (Ganzsäule) möglich. Die Litfaßsäulen informieren und sind ein Stück Lebensqualität. Deshalb werden sie auch ihren festen Platz im Stadtbild haben und beibehalten. Sie sind die idealen Werbemedien für Kulturschaffende und erreichen die jeweilige Zielgruppe.

Die Allgemeinstelle ist seit Jahrzehnten ein beliebtes Medium für Veranstaltungswerbung. Verschiedene Anbieter können sich hier, optimal im ganzen Stadtgebiet verteilen und attraktiv präsentieren. Die Stelle kann mit einer Vielzahl an Werbung plakatiert werden. Das optimale Plakatformat, gut sichtbar für die Allgemeinheit, sollte mindestens DIN A1 betragen.

Im Gegensatz zur Allgemeinstelle wird bei der gleichgroßen Ganzstelle die gesamte Fläche von ca. 9 m² von einem Werbenden genutzt. Dieser Werbeträger bietet eine optimale Ergänzung zur Großfläche.

Bestand und Lage
83 Standorte der Allgemeinstellen sind derzeit in Dessau-Roßlau vorhanden. In den **Anlagen 8, 9 und 10** sind die Standorte ersichtlich. Von den Litfaßsäulen mit Ganzstellenanschlag sind 21 Standorte in Dessau-Roßlau vorhanden (**Anlage 11 und 12**).

Die Standorte für die Allgemeinstellen und Ganzstellen stehen fest. Ein Wechsel zwischen der Vermarkungsform Ganzstelle zur Allgemeinstelle ist möglich. Litfaßsäulen, die einen Allgemeineinstellenanschlag besitzen in einen Ganzstelleanschlag umzuwandeln ist nicht möglich. Hintergrund ist, dass die Ganzstellen für klassische Produktwerbung eingesetzt werden. Gemäß §10 der Bauordnung des Landes Sachsen-Anhalt (BauO LSA) ist die Produktwerbung in Kleinsiedlungsgebieten, Dorfgebieten, reinen und allgemeinen Wohngebieten nicht zulässig.

Entwicklungsziele
Das Stadtgebiet Roßlau besitzt eine Litfaßsäule mit Allgemeinstellenanschlag. Weitere Standorte sind möglich. Diese sind mit der Stadt Dessau-Roßlau festzulegen. An besonders attraktiven Standorten können beleuchtete Ganzstellen errichtet werden oder bestehende Litfaßsäulen mit Beleuchtung versehen werden. Sie können so ihre Werbebotschaft auch in den Abend- und Nachtstunden effektvoll in Szene setzten.

5. Werbeträger – Werbetafel (Großfläche)

Beschreibung des IST-Zustandes
Großflächen generieren hohe Zielgruppenkontakte im Belegungsgebiet und mit ihrer 9 m² bis 11 m² großen Werbeflächen sorgen sie für eine gut gestreute Präsenz im Stadtbild. Aufgestellt werden sollten sie an Haupteinfallstraßen, im Stadtkern, vor Einkaufszentren und an Kreuzungen.

Bestand und Lage
Im Stadtgebiet Dessau-Roßlau sind 36 Großflächen errichtet (**Anlage 13, 14 und 15**).

Entwicklungsziele
Diese Werbeflächen sind nicht verglast und besitzen dadurch keinen Schutz vor bestehenden Witterungseinflüssen. Um diese Flächen ansehnlich zu halten, sollte die Betreuung durch regelmäßige Kontrollen in kurzen Abständen erfolgen.

6. Werbeträger - City-Light-Boards

Beschreibung des IST-Zustandes
Zwei verschiedene Arten von City-Light-Boards sind in Dessau-Roßlau vertreten, City Star und Mega-Light.

Das 9 m² große Medium City Star ist oft beleuchtet und auf einem Monofuß quer zur Fahrbahn ausgerichtet.

Das Medium Mega-Light bietet mit einer Werbefläche von 9 m², positioniert an starkfrequentierten, gut einsehbaren Standorten und quer zum Verkehr ausgerichtet, einen exklusiven Markenauftritt.

Rund um die Uhr sorgen diese Anlagen für beste Reichweite und Kontakt. Sie sind sowohl als Plakatwechsler oder als statische Anlage in einer verglasten Vitrine erhältlich.

Bestand und Lage
Insgesamt sind 10 City Star-Anlagen im gesamten Stadtgebiet vorhanden (**Anlage 16 und 17**).

Von den Mega-Light-Anlagen sind 12 Stück installiert. Eine Auflistung der Standorte und der Lageplan sind aus den **Anlagen 18 und 19** zu entnehmen.

Entwicklungsziele
Zukünftig ist die Errichtung solcher Werbeflächen auch für das Stadtgebiet Roßlau interessant. Geeignete Standorte sind mit der Stadt Dessau-Roßlau festzulegen.

7. Werbeträger – Kandelaberwerbung (Mastwerbung)

Beschreibung des IST-Zustandes
Die Kandelaberwerbung ist sowohl für dauerhafte, als auch für zeitlich befristete Produkt- oder Aktionswerbung sehr gut geeignet. Mit ihrer größeren Fernwirkung erreichen sie viele Menschen.
Die Mastwerbung wird zum einen durch festmontierte Rahmen oder auf Hartfasertafeln durchgeführt, jeweils in der Größe DIN A1 hoch.

Bestand und Lage

An 60 Lichtmasten ist je ein Rahmen montiert. Wo sich diese Lichtmasten befinden ist in den **Anlagen 20 und 21** ersichtlich.

Entwicklungsziele

Den Gewerbetreibenden und Wirtschaftsunternehmen soll die Möglichkeit der Werbung mittels Kandelaber, gestattet werden.

Zur Ankündigung kirchlicher, kultureller, sportlicher und ähnlicher Veranstaltungen, insbesondere von Veranstaltungen die für das Zusammenleben in der Stadt und deren Ortschaften von wesentlicher Bedeutung sind, soll auch künftig das vorübergehende Anbringen von Plakattafeln an Lichtmasten an örtlichen und überörtlichen Hauptverkehrsstraßen ausnahmsweise gestattet werden,

- wenn die jeweilige Veranstaltung durch eine für deren Durchführung verantwortlich zeichnende Institution rechtzeitig, d.h. mindestens drei Wochen vorab bei der Stadt angezeigt worden ist
- der Antragsteller in geeigneter Form eine Gewähr dafür erkennen lässt, dass die Werbung spätestens sieben Kalendertage nach Abschluss der Veranstaltung vollständig entfernt wird und
- der Standort und Anzahl der Plakattafeln hinsichtlich der Gesamtausstattung eines Ortes mit Werbung zu keiner störenden Häufung und Verunstaltung führt.

Die Auswahl der Farbgebung der Rahmen für die Ausleger ist abzustimmen, grundsätzlich ist der Farbton der jeweiligen Lichtmasten zu verwenden.

Für die Mastwerbung sollten in den dafür erlaubten Gebieten (Seite 5) Plakatrahmen aus Aluminium (für DIN A 1-Plakate) an den Straßenlaternen vorinstalliert werden, welche dann variabel bestückt werden können. Standorte bzw. Streckenabschnitte sind in Abhängigkeit der zur Verfügung stehenden Lichtmasten unter Beachtung der Straßenverkehrsordnung (StVO) und des Straßengesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (StrG LSA) zu konkretisieren. Straßen des klassifizierten Straßennetzes und andere wichtige Straßenzüge kommen für die Kandelaberwerbung in Frage. Der Baulastträger der Straßenbeleuchtung (Eigenbetrieb Stadtpflege) ist zusätzlich bei Standortentscheidungen zu beteiligen.

Grundlegend gelten folgende Regelungen:

1. Kandelaber-Werbung soll nicht dichter als an jedem 2. Lichtmasten angebracht werden.

2. Wenn nicht mehr als 3 Kandelaber-Werbeanlagen in Folge in einer Straße möglich sind, dann muss geprüft werden, ob im Einzelfall von der Kandelaber-Werbung in dieser Straße Abstand zu nehmen ist.

Für die Zwischennutzungen in einer „werbefreien Zeit“, wenn für einen Teil der sich im Stadtgebiet befindlichen Rahmen kein Bedarf an einer Nutzung besteht, soll dieser Rahmen nicht leer bleiben. Hier ist ein möglicher „Platzhalter“ zu kreieren. Diesbezüglich müssen Abstimmungen mit dem Marketingplan der Stadt getroffen werden. Mögliche Motive können

sich auf die jeweilige Region beziehen (z. B. historische Ereignisse oder imagefördernde Motive).

Zusätzliche Werbeträger sollen grundsätzlich an örtlichen und überörtlichen Hauptverkehrsstraßen gemäß Verkehrsentwicklungsplan der Stadt sowie an Hauptsammelstraßen zulässig sein.

8. Werbeträger – Uhrensäulen

Beschreibung des IST-Zustandes
Die Uhrensäulen sind durch ihre Größe und Form sehr auffällig. Sie wirken als Fixpunkte im Stadtbild. Uhrensäulen gibt es sowohl feststehend als auch drehend mit 4 zur Verfügung stehenden Werbeflächen je Standort.

Bestand und Lage
In der Stadt Dessau-Roßlau sind derzeit 5 Stück vertreten. (**Anlage 22 und 23**)

Entwicklungsziele
Beim Austausch vorhandener bzw. der Errichtung zusätzlicher Werbeuhren ist die ortsbildverträgliche Einordnung im Stadtraum mit der Stadt abzustimmen. Nicht belegte Werbeflächen sind mit Platzhaltern (siehe Kandelaberwerbung) zu belegen.

9. Sammelgewerbehinweis

Beschreibung des IST-Zustandes
Hier haben Unternehmen die Möglichkeit zur Wegweisung für ihre Kunden. Diese Hinweisgebung bietet sich für Unternehmen an, die nicht direkt an Hauptverkehrsstraßen liegen oder ihren Standort in Gewerbegebieten haben. Es handelt sich hierbei um fest montierte einzelne Schilder auf einer Sammelhinweisanlage.

Bestand und Lage
153 Standorte sind im gesamten Stadtgebiet zu verzeichnen (**Anlage 24 und 25)**.

Entwicklungsziele
Wenn für die Nutzung solcher Sammelhinweisanlagen kein Bedarf besteht, soll dieser Rahmen ebenfalls nicht leer bleiben. Wie bei der Kandelaberwerbung beschrieben (Seite 14), soll ein kreierter „Platzhalter“ angebracht werden. Diese Hinweisanlagen müssen gut wahrnehmbar sein und sich dem gesamten Leitsystem der Stadt einfügen, ohne zu überfordern.

10. Hotelleitsystem

Beschreibung des IST-Zustandes
Das Leitsystem ermöglicht dem Besucher eine zuverlässige Wegführung zum Hotel oder zur Pension seiner Wahl. Die Hinweistafeln werden an stark frequentierten Standorten angebracht und sollen eine zielsichere und schnelle Wegweisung ermöglichen.

Bestand und Lage
25 Standorte sind insgesamt vorhanden. Die dazugehörige Übersicht ist in der **Anlage 26** abgebildet.

Entwicklungsziele
Das Hotelleitsystem muss sich im gesamten Leitsystem der Stadt einfügen und darf nicht überfordern. Standorte müssen so gewählt werden, dass sie gut leiten und leicht wahrgenommen werden können.

11. Öffentliche Toilettenanlagen

Beschreibung des IST-Zustandes

Die öffentlichen Toilettenanlagen sind zum einen als Komplettmodule und zum anderen in Massivbauweise im Stadtgebiet Dessau-Roßlau vertreten. Die Anlage in Massivbauweise ist in zwei Bereiche aufgeteilt. Ein Bereich ist für jedermann zugänglich und behindertengerecht ausgestattet. In dem zweiten Bereich ist ein Pissoir installiert. Beide Modelle besitzen Münzautomaten an den Eingangstüren.

Bestand und Lage

Derzeit sind 3 Toilettenanlagen vorhanden. Die Auswahl der Standorte wurde so getroffen, dass sie schnell auffindbar sind und zur Vermeidung von Vandalismusschäden aus allen Richtungen gut einsehbar sind.

Entwicklungsziele

Die Bewirtschaftung und Finanzierung der Toilettenanlagen soll künftig im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbeflächen erfolgen.

Der Standort der öffentlichen Toilettenanlage in der Kavalierstraße wird zukünftig mit der Errichtung des Bauhausmuseums entfallen. Für diese Anlage ist ein Ersatzstandort zu ermitteln.