Auszug aus der Niederschrift
über die 06. Sitzung der Bürgerschaft am 10.09.2026

Zu TOP: 7.9
Zum Sonnenschirm-Verbot
Einreicherin: Sandra Graf, AfD Fraktion
Vorlage: kAF 0096/2026

Frau Graf bittet um die schriftliche Beantwortung der kleinen Anfrage.

Anfrage:

1. Welche konkreten Erkenntnisse oder Gutachten belegen, dass Werbeaufdrucke auf Sonnenschirmen auf dem Alten Markt das historische Stadtbild in einem Maße beeinträchtigen, dass ein Verbot erforderlich ist? Bitte die entsprechenden fachlichen Stellungnahmen, Gutachten oder Beschlüsse benennen und zur Verfügung stellen.

2. Welche einmaligen und laufenden Kosten entstehen den betroffenen gastronomischen Betrieben durch die Umsetzung der neuen Regelung? Bitte die Anzahl der betroffenen Betriebe, die zugrunde gelegte Kostenschätzung je Betrieb sowie die Gesamtkosten angeben und erläutern, ob eine finanzielle Unterstützung oder Übergangsregelung vorgesehen ist.

3. Welche alternativen Regelungen wurden vor der Entscheidung geprüft und aus welchen konkreten Gründen verworfen? Bitte insbesondere darlegen, ob Varianten wie Größenbegrenzungen für Werbeaufdrucke, ein Bestandsschutz für vorhandene Schirme oder eine freiwillige Selbstverpflichtung der Gastronomen geprüft wurden und weshalb diese jeweils als ungeeignet bewertet wurden.

Die schriftliche Antwort von Herrn Dr. Raith lautet wie folgt:

Die Anforderungen an die Gestaltung der Außengastronomie auf dem Alten Markt beruhen auf den für diesen besonders sensiblen Stadtraum geltenden rechtlichen und gestalterischen Grundlagen. Hierzu gehören insbesondere:

- die Straßensondernutzungssatzung der Hansestadt Stralsund einschließlich der darauf aufbauenden Sondernutzungsgebührensatzung sowie die auf ihrer Grundlage erteilten Sondernutzungserlaubnisse,
- das von der Bürgerschaft gebilligte Freiraumkonzept für den Alten Markt einschließlich seiner Vorgaben zur Gestaltung der Außengastronomie,
- die Gestaltungssatzung für die Altstadt der Hansestadt Stralsund und
- ergänzend die allgemeinen gestalterischen Anforderungen der Landesbauordnung Mecklenburg-Vorpommern sowie die Belange des Denkmal- und Welterbeschutzes.

Vor diesem Hintergrund ist allgemein festzuhalten:
- Die über den Gemeingebrauch hinausgehenden gewerblichen Nutzungen im öffentlichen Straßenraum werden als Sondernutzung genehmigt. Nach der Sondernutzungsgebührensatzung der Hansestadt Stralsund ist zwischen „Freisitzflächen (Straßencafé) und Stehtische“ (Nr. 8) einerseits und „Werbung und Hinweisschilder“ (Nr. 7) andererseits zu unterscheiden. Während Freisitzflächen aus städtebaulichen Gründen zur Unterstützung der Aufenthaltsqualität (bzw. technisch gesprochen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs) gefördert werden sollen, ist Werbung (zumal ohne Bezug zur Stätte der Leistung) im Welterbe kritisch zu sehen und wird überaus restriktiv gehandhabt.

- Wann bei einer Freisitzfläche eine Beschriftung der Schirme als eigenständige Werbung zu werten ist, kann hilfsweise aus § 61 LBauO M-V abgeleitet werden: Verfahrensfrei sind dauerhaft installierte Werbeanlagen mit einer Ansichtsfläche bis zu 1 m^2.
- Schon die Tatsache, dass die Werbepartner die Schirme sponsern, belegt im Übrigen die mit der Werbung verfolgte gewerbliche Absicht.
- Für Werbung an Gebäuden hat die Bürgerschaft die Gestaltungssatzung Altstadt der Hansestadt Stralsund (Gestaltungssatzung) erlassen. Unter § 20 heißt es zu Werbeanlagen (Auszug): „Werbeanlagen müssen so gestaltet sein, dass Form und Maßstab, Anbringungsort, Werkstoff und Farbe weder den Gesamteindruck der einzelnen Fassade noch die Fassadenabfolge im Straßen- und Platzbild beeinträchtigen. … Werbeanlagen dürfen nicht höher als 0,4 m sein und in der Summe ihrer Länge 50 % der Fassadenbreite nicht überschreiten. Einzelne Zeichen dürfen bis zu 0,5 m hoch sein. … Das Anbringen von Plakaten, Fahnen und Schriftwerbung auf Fenster- und Schaufensterscheiben ist nur für die Dauer von Sonderverkäufen erlaubt. Das gilt nicht für Schriftwerbung, die eine Höhe von 0,3 m und eine Fläche von 5 % der Fensterfläche nicht überschreitet.“

Aus dem Vorgenannten ergeben sich aus Sicht der Verwaltung folgende Konsequenzen:
- Wenn die Gastronomen neben Freisitzflächen auch Werbung als Sondernutzung beantragen würden, wäre dies abzulehnen – sofern man nicht eine Vorbildwirkung für Drittvorhaben entstehen lassen will.
- Wenn die Verwaltung einzelne Sonnenschirme als Werbung nach der Sondernutzungsgebührensatzung abrechnen würde, wären pro 0,5 qm Werbefläche 8,50 € im Monat anzusetzen. Bei 12 qm Schirmfläche (3,5/3,5m) macht dies pro Schirm 204 € im Monat bzw. 1.224 € im Halbjahr (12/0,5*6*8,5). Diese Gebühren werden auch bei ungenehmigter Nutzung fällig. Die in der Satzung vorgesehenen Tatbestände der Gebührenbefreiung nach § 3 Abs. 2 treffen hier nicht zu (öffentliches Interesse, keine kommerzielle Absicht bzw. ausschließlich gemeinnütziger Zweck). Von der Gebührenerhebung sind in § 3 Abs. 1 Ziff. 3 ausdrücklich nur „das Aufstellen von mobilen Dekorationsgegenständen, wie Zierpflanzen, Vasen, Kübel, Fahrradständer und dgl., soweit es sich nicht um Werbeeinrichtungen“ handelt, ausgenommen.
- Wenn die Verwaltung auf eigenen städtischen Flächen in der Altstadt großflächige Werbung ohne engen Bezug zur Stätte der Leistung zulässt, entfällt jegliche Begründung für die restriktiven Vorgaben der Gestaltungssatzung zu Werbeanlagen. Die Verwaltung könnte dann auch etwa dem Nettomarkt das flächige Bekleben der Schaufenster in vergleichbarer Größe mit Waschmittelwerbung nicht mehr verwehren. Die Hansestadt Stralsund kann nicht an den Fassaden der Altstadt Zurückhaltung verlangen und gleichzeitig auf dem Alten Markt den öffentlichen Raum zur Werbefläche machen.

für die Richtigkeit der Angaben: gez. i.A. Steffen Behrendt

Stralsund, 17.09.2026