

Kleine Anfrage der Fraktion der SPD vom 16. August 2016**Welche Zukunft haben alte fliegende Bauten auf bremischen Volksfesten**

Am 23. April 2015 hat die Bürgerschaft (Landtag) dem Antrag „Volksfeste bewahren – Bestandsschutz für ältere Fahrgeschäfte“ einstimmig zugestimmt. Damit wurde beschlossen, dass der Senat im Rahmen der Bundesbauministerkonferenz eine bundeseinheitliche Regelung abstimmen soll, die die rechtliche Voraussetzung für den Bestandsschutz alter Anlagen sicherstellt, sofern keine neuerlichen Gefahrenmomente entdeckt werden und die Betriebssicherheit auch weiterhin gewährleistet ist. Ferner wurde beschlossen, dass landesrechtliche Normen entsprechend anzupassen seien und Neuregelungen im Bereich Marketing/Werbung nach einem Jahr zu evaluieren und die Ergebnisse der Evaluation als auch der Bemühungen im Bund der Bürgerschaft (Landtag) vorzulegen sind.

In Bundesländern wie Bayern wird derzeit geprüft, inwieweit eine rechtliche Neuordnung bei gleichzeitiger Beibehaltung der Prüfintervalle und Prüfdichte möglich ist, um auch ältere Fahrgeschäfte zu erhalten.

Vor diesem Hintergrund fragen wir den Senat:

1. Wie weit sind die Bemühungen, eine bundeseinheitliche Regelung, die die rechtlichen Voraussetzungen für den Bestandsschutz alter Anlagen sicherstellt, vorangeschritten?
2. Welche Regelungen wurden in den anderen Bundesländern bereits getroffen, um alte Fahrgeschäfte zu erhalten – sofern sie denn weiterhin die technischen Prüfungen bestehen und die Sicherheit gewährleistet werden kann?
3. Gibt es Bundesländer, die bereits einen Bestandsschutz, der länger als ein Jahr gewährt wird, eingeführt haben, und wenn ja, welche?
4. Welche Fahrgeschäfte auf dem Bremer Freimarkt sind von der neuen EU-Norm betroffen und müssen jährlich eine neue Genehmigung beantragen?
5. Welche Ergebnisse konnten durch die Neuregelung im Bereich Werbung/Marketing vom Senat nach nunmehr einem Jahr nach Beschließung des Antrags (Drs. 18/1830) evaluiert werden?
6. Bis wann plant der Senat, sämtliche Beschlusspunkte des einstimmig beschlossenen Antrags (Drs. 18/1830) vollständig umgesetzt zu haben?

Andreas Kottisch, Jürgen Pohlmann, Sükrü Senkal,
Björn Tschöpe und Fraktion der SPD

D a z u

Antwort des Senats vom 29. September 2016

1. Wie weit sind die Bemühungen, eine bundeseinheitliche Regelung, die die rechtlichen Voraussetzungen für den Bestandsschutz alter Anlagen sicherstellt, vorangeschritten?

Die Beschlüsse der Länderparlamente zu dem Thema „Bestandsschutz für ältere Fahrgeschäfte“ waren Beratungsgegenstand der Bauministerkonferenz im Oktober 2015 in Dresden. Die Bauministerkonferenz hat die Fachgremien der Bau-

ministerkonferenz gebeten, die Systematik zur Genehmigung Fliegender Bauten und mögliche Varianten im Hinblick auf die Hinweise der Schausteller zu untersuchen. Der Arbeitskreis „Fliegende Bauten“, in dem Bremen vertreten ist, hat sich mit der Thematik des Bestandsschutzes alter Fahrgeschäfte ausführlich auseinandergesetzt. Hierzu wurden neben der Entfristung der Ausführungsgenehmigungen die Varianten einer Herauslösung der Fahrgeschäfte bzw. eine Herauslösung aller Fliegenden Bauten aus dem Bauordnungsrecht geprüft und bewertet. Die Ergebnisse werden in der Bauministerkonferenz im vierten Quartal 2016 berichtet. Dann soll über das weitere Vorgehen und die Einführung einer bundeseinheitlichen Regelung erneut beraten werden.

2. Welche Regelungen wurden in den anderen Bundesländern bereits getroffen, um alte Fahrgeschäfte zu erhalten – sofern sie denn weiterhin die technischen Prüfungen bestehen und die Sicherheit gewährleistet werden kann?

Aufgrund der Ortsveränderlichkeit von Fahrgeschäften, die als Fliegende Bauten genehmigt wurden, ist grundsätzlich eine bundeseinheitliche Regelung erforderlich.

Damit nachgewiesen werden kann, dass bestehende Fahrgeschäfte das heute gültige und durch die neue technische Baubestimmung DIN EN 13814 festgelegte Sicherheitsniveau erfüllen, wurden Entscheidungshilfen entwickelt, die festlegen, ob zusätzliche Anforderungen erfüllt werden müssen. Diese Entscheidungshilfen ermöglichen eine bundeseinheitliche Vorgehensweise der Genehmigungsstellen bei der Verlängerung von Ausführungsgenehmigungen.

Die weit überwiegende Anzahl der bisher erteilten Ausführungsgenehmigungen für Fliegende Bauten lassen sich mittels weniger Nebenbestimmungen gemäß den Entscheidungshilfen verlängern.

Lediglich bei Fahrgeschäften mit einem hohen Anteil dynamischer Lasten – dies betrifft schätzungsweise weniger als 5 % aller ausführungsgenehmigungspflichtigen Fliegenden Bauten – werden umfangreichere Überprüfungen mit dem Ziel verlangt, festzustellen, ob Gefahren für Leben und Gesundheit bestehen. Erst dieser Nachweis versetzt die Genehmigungsstellen in die Lage zu entscheiden, ob bzw. unter welchen Auflagen und wie lange die Sicherheit der Anlage gewährleistet ist.

Der Initiative der Schaustellerverbände wurde im Vollzug dadurch Rechnung getragen, dass die ursprünglich vorgesehenen Übergangsfristen für die Durchführung der Prüfungen dieser Fahrgeschäfte vorübergehend gelockert wurden. Konkret konnten Betreiber von Fahrgeschäften für eine Verlängerung der Ausführungsgenehmigung um jeweils ein Jahr die Nachweisführung nach neuer Norm aussetzen und durch eine zusätzliche materielle Sicherheitsprüfung kompensieren. Diese Regelung gewährte den Schaustellern einen zeitlichen Aufschub bis zum Vorliegen eines rechtskräftigen Urteils zum Bestandsschutz von Fahrgeschäften.

3. Gibt es Bundesländer, die bereits einen Bestandsschutz, der länger als ein Jahr gewährt wird, eingeführt haben, und wenn ja, welche?

Bisher hat kein Bundesland eine entsprechende Regelung eingeführt.

4. Welche Fahrgeschäfte auf dem Bremer Freimarkt sind von der neuen EU-Norm betroffen und müssen jährlich eine neue Genehmigung beantragen?

Prinzipiell sind alle Fahrgeschäfte von der neuen Norm in unterschiedlichem Umfang betroffen. Die Höchstfristen für die Verlängerung der Genehmigung werden dabei, unabhängig von der neuen Norm, in der Verwaltungsvorschrift für Fliegende Bauten geregelt. Nur für Fahrgeschäfte mit einem hohen Anteil dynamischer Lasten sind umfangreichere Beurteilungen unter Berücksichtigung der aktuellen Regelungen erforderlich. Dies sind u. a. Loopingbahnen, Wildwasserbahnen und schnellfahrende Karussells komplizierter Bauart, darunter die Bremer Fahrgeschäfte „Commander“, „Break-Dancer“ und „Happy-Sailor“, die auch auf dem Bremer Freimarkt vertreten sind.

5. Welche Ergebnisse konnten durch die Neuregelung im Bereich Werbung/Marketing vom Senat nach nunmehr einem Jahr nach Beschließung des Antrags (Drs. 18/1830) evaluiert werden?

Durch die Änderung der Jahrmarktgebührenordnung am 8. Oktober 2014 wurden für die Durchführung von Werbemaßnahmen für Volksfeste und Jahrmärkte folgende neue Regelung getroffen:

- Das Stadtamt ist als Veranstalter verantwortlich für die Planung und Durchführung der Werbung für die Volksfeste und Jahrmärkte, soweit diese über die Werbeumlage finanziert werden. Die Durchführung der Werbemaßnahmen erfolgt durch die Wirtschaftsförderung Bremen (WFB) im Auftrag des Stadtamts.
- Die Werbeumlage wird zur Finanzierung der Werbemaßnahmen pauschaliert nach Märkten von den Beschickern erhoben.
- Über die Werbeumlage werden die klassischen Werbemaßnahmen finanziert, z. B. Werbung über Großflächenplakate, Citylights, Pressearbeit, Rundfunk und Fernsehen, Anzeigenwerbung, Internet etc.
- Weitere Werbemaßnahmen werden von den Schaustellerinnen/Schaustellern in eigener Verantwortung durchgeführt.

Am 9. Oktober 2014 hat der Marketingbeirat seine Arbeit aufgenommen. Dem Marketingbeirat gehören Vertreterinnen/Vertreter des Stadtamts (Vorsitz), der WFB, der Bremer Touristik-Zentrale (BTZ), der City-Initiative, des Großmarkts, der Handelskammer, des Einzelhandelsverbandes Nordwest, des Senators für Inneres und des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen sowie der Schaustellerverbände an.

Aufgabe des Marketingbeirates ist

- die Erarbeitung einer koordinierten und fortzuentwickelnden Gesamtwerbestrategie,
- die Beratung der einzelnen Werbemaßnahmen,
- die Abgabe von Empfehlungen zu den einzelnen Werbemaßnahmen.

Alle Werbemaßnahmen werden vor den Veranstaltungen im Marketingbeirat vorgestellt, diskutiert und bewertet. Der Marketingbeirat gibt gegenüber dem Stadtamt als Veranstalter eine Empfehlung zu den Einzelmaßnahmen bzw. zu dem Gesamtwerbekonzept ab. Die verschiedenen Werbemaßnahmen der WFB, der Arbeitsgemeinschaft Bremer Märkte GbR (Arge), der BTZ, der City-Initiative etc. wurden in den Sitzungen des Beirates intensiv beraten und bewertet.

Erstmals wurde für die Osterwiese 2015 nach der neuen Konzeption verfahren. Hinsichtlich der strategischen Ausrichtung besteht Einvernehmen, dass der Charakter der Volksfeste und Jahrmärkte als familienfreundliche Veranstaltungen erhalten bleibt und eine Mischung aus Bewährtem und Neuem, aus großen und kleinen, klassischen und modernen Fahrgeschäften gewährleistet sein soll. Dies sind auch Vorgaben für die verfolgte Werbestrategie. Insgesamt geht es darum, die Märkte noch attraktiver zu gestalten und die Werbemaßnahmen zu bündeln, besser aufeinander abzustimmen und zu verstärken. Dazu gehört auch eine vermehrte Werbung im Umland und in den nahegelegenen Großstädten.

Wegen der zum Teil langen planerischen Vorlaufphasen für die großen Veranstaltungen können Veränderungen im Bereich Werbung/Marketing nur sukzessive umgesetzt werden. Dies ist auch der Grund dafür, dass eine Evaluierung erst nach Abschluss mehrerer Veranstaltungen unter neuer Konzeption angezeigt ist; diese soll nach Abschluss des Weihnachtsmarkts 2016 erfolgen.

Gezeigt hat sich, dass die Plakate, das Logo und Design überarbeitet werden mussten, da die früheren Plakate zu viel Text enthielten und den Betrachter nicht ansprachen. Hier erfolgte nach ausführlicher Beratung eine Überarbeitung und neue Gestaltung – einheitliches Layout mit jeweils gesonderter Gestaltung für die verschiedenen Märkte. Aktuell wurde der Internetauftritt als zunehmend wichtiger Informationsquelle für die Besucherinnen/Besucher neu gestaltet. Veränderungen wurden auch bei der Gestaltung der Eröffnungsfeier des Freimarkts vorgenommen. Öffnungszeiten der Märkte wurden angepasst und neue Regelungen für die Frühschoppenveranstaltungen und den Freimarktsumzug getroffen. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Gestaltung der Eingangsbereiche der Märkte und die stärkere Einbindung in das Stadtbild.

6. Bis wann plant der Senat, sämtliche Beschlusspunkte des einstimmig beschlossenen Antrags (Drs. 18/1830) vollständig umgesetzt zu haben?

Zu Nr. 1 und 2 des Antrags:

Es wird auf die Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Zu Nr. 3 des Antrags:

Alle Beteiligten sind sich einig in dem Ziel, die Attraktivität und im Bundesvergleich führende Stellung von Weihnachtsmarkt und Freimarkt zu erhalten und zu fördern. Der Fachverband der Schaustellerinnen und Schausteller ist hierfür unerlässlich. Die Schaustellerinnen und Schausteller, vertreten durch deren Fachverbände, werden deshalb im Rahmen des Zulassungsverfahrens und des Marketingbeirats umfangreich beteiligt, um deren besonderen Fachkenntnisse in den Entscheidungsprozess einzubeziehen. Zusätzlich zum anonymisierten Aufbauplan erhalten die Verbände die Bewertungskriterien für die einzelnen Branchen und außerdem die Bewerberliste, sofern die Bewerberinnen und Bewerber einer Weitergabe ihrer Daten zugestimmt haben.

Zu Nr. 4 des Antrags:

Alle Werbemaßnahmen werden im Marketingbeirat vorgestellt, diskutiert und bewertet. Dem Stadtamt gegenüber wird eine Empfehlung zu dem Gesamtwerbekonzept abgegeben. Das Stadtamt bewertet die Empfehlungen. Vor der Auftragsvergabe an die WFB für die klassischen Werbemaßnahmen erhalten die beiden Schaustellerverbände die Möglichkeit, abschließend zu der Bewertung des Stadtamts Stellung zu nehmen. Eine Evaluierung der Tätigkeit des Marketingbeirats soll – wegen der zum Teil langen planerischen Vorlaufphasen für die in Rede stehenden Veranstaltungen und daher erst sukzessive möglichen Veränderungen im Bereich Werbung/Marketing – nach Abschluss des Weihnachtsmarkts 2016 erfolgen.