

Satzung der Sickingenstadt Landstuhl über die Gestaltung und den Schutz des Ortsbildes im Kernstadtbereich

Hier: Werbeanlagen und Warenautomaten

Aufgrund des § 24 Gemeindeordnung für Rheinland-Pfalz (GemO) vom 31.01.1994 (GVBl. S. 153), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 07.04.2009 (GVBl. S. 162), in Verbindung mit § 88 Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (LBauO) vom 24.11.1998 (GVBl. S. 365), zuletzt geändert durch Gesetz vom 28.09.2005 (GVBl. S. 387), hat der Stadtrat der Sickingenstadt Landstuhl am 21.01.2014 folgende Satzung über die Gestaltung von Außenwerbeanlagen und Warenautomaten zur Wahrung und Pflege des Stadtbildes der Kern- sowie Altstadt beschlossen.

Inhaltsverzeichnis

§ 1	Allgemeines und Begriffe	1
§ 2	Geltungsbereich.....	3
§ 3	Genehmigungspflicht	4
§ 4	Allgemeine Anforderungen	5
§ 5	Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches	6
§ 6	Erhöhte Gestaltungsanforderungen an den besonderen Bereich.....	8
§ 7	Warenautomaten	9
§ 8	Schaukästen.....	10
§ 9	Abweichungen	11
§ 10	Ordnungswidrigkeiten	12
	Anhang – Übersichtsplan des örtlichen Geltungsbereich	13

§ 1 Allgemeines und Begriffe

(1) Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen und Warenautomaten im Geltungsbereich nach § 2 der Satzung.

(2) Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf ein Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Bilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, plastische Darstellungen und für Zettel oder Anschläge bestimmte Säulen, Tafeln, Flächen und Transparente.

Diese Satzung gilt auch für Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen sind.

(3) Ausleger sind auskragende Werbeanlagen, deren Ansichtsflächen winklig zu der Gebäudefront stehen. Zu den Auslegern zählen auch Werbefahren.

(4) Warenautomaten im Sinne dieser Satzung sind örtlich gebundene Einrichtungen, die nach Einwurf von Geld oder Wertmarken Waren abgeben und vom öffentlichen Verkehrsraum sichtbar sind.

(5) Von dieser Satzung unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzrechts, die Erlaubnispflicht für Sondernutzungen öffentlicher Straßen, Wege und Plätze sowie die Bestimmungen, die das Anbringen von Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit regeln.

(6) Unberührt bleiben Bestimmungen in Bebauungsplänen

(7) Als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung gelten nicht

1. Plaketten oder ähnliche kleinformatige Hinweise auf Eigentümer, Stifter oder Künstler an Gebäuden, Bänken und Brunnen.

2. Hinweisschilder an Einfriedungen und Hauswänden unter 0,25 m² Ansichtsfläche je Nutzer, die auf Name, Beruf, Öffnungs- oder Sprechzeiten hinweisen.

3. Befristet aufgestellte Hinweisschilder an Baustellen auf Projekte, Bauherren und der an der Planung Beteiligte sowie für Betriebsverlagerungen oder Neueröffnungen.

Allgemeines und Begriffe

(8) Vorhandene genehmigte bzw. bisher genehmigungsfreie Anlagen genießen Bestandsschutz.

§ 2 Geltungsbereich

(1) Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst den gelb markierten, allgemeinen Bereich sowie den rot markierten, besonderen Bereich des Übersichtsplanes gemäß Anlage 1.

(2) Es wird der gesamte Straßenraum einbezogen, einschließlich der einfassenden Fassaden sowie eines angrenzenden Streifens mit der Breite von 3 m.

(3) Für den allgemeinen Bereich gelten die Gestaltungsanforderungen nach § 5 dieser Satzung.

(4) Für den besonderen Bereich werden ergänzend zu § 5 erhöhte Anforderungen, entsprechend § 6 dieser Satzung gestellt.

§ 3 Genehmigungspflicht

(1) Das Errichten von Werbeanlagen und Warenautomaten im Geltungsbereich dieser Satzung bedarf der Genehmigung. Dies gilt nicht für Werbeanlagen im Sinne des § 62 Abs. 1 Nr. 8 LBauO sowie für Namens- und Firmenschilder, die als alleiniger Hinweis für Beruf oder Gewerbe dienen bis 0,25 m² Größe (z.B. für Arzt- oder Anwaltspraxen).

(2) Werbung, die ihrer Natur nach zeitlich begrenzt ist und sich im Rahmen des § 62 Abs. 1 Nr. 8 LBauO auf Jubiläums-, Räumungs- sowie Aus- und Schlussverkäufe bezieht, sowie politische Werbung und Informationsmaterial bleiben baugenehmigungsfrei, soweit sie spätestens nach Ablauf von 2 Monaten entfernt werden.

(3) Die Genehmigungspflicht nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften bleibt unberührt.

§ 4 Allgemeine Anforderungen

(1) Werbeanlagen und Warenautomaten im Geltungsbereich dieser Satzung dürfen in Anordnung, Größe, Werkstoff, Farbe und Form dem Maßstab und der Proportion des Gebäudes, an dem sie angebracht werden sollen und des Straßen- und Platzraumes, auf den sie wirken, nicht widersprechen. Sie dürfen Gebäude und Bauteile von städtebaulicher und denkmalpflegerischer Bedeutung in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigen. Sie dürfen wichtige Bau- und Architekturdetails weder überdecken noch überschneiden. Sie dürfen den Blick auf ein im Straßen- oder Platzraum dominierendes Bauwerk weder stören noch es in seinem Erscheinungsbild beeinträchtigen.

(2) Werbeanlagen und Warenautomaten, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

(3) Werbeanlagen und Warenautomaten sind ständig instand zu halten. Kommt der Betreiber einer Anlage dieser Verpflichtung nicht nach, so kann von der Bauaufsichtsbehörde die Beseitigung der betreffenden Anlage verlangt werden.

(4) Die in dieser Satzung festgesetzten Flächenmaße beziehen sich auf das die Werbeanlagen umschließende Rechteck.

§ 5 Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches

(1) Werbeanlagen können ohne Verbindung mit der straßenseitigen Fassade zugelassen werden, wenn die Gebäude mehr als drei Meter von der Straßenbegrenzungslinie bzw. der tatsächlichen Straßengrenze zurückgesetzt sind und die Werbeanlage nicht größer als 2,00 m² ist.

(2) Die Beleuchtung der Werbeanlagen muss blendfrei sein. Lauf-, Wechsel- und Blinkbeleuchtung sind unzulässig, ebenso durch Motoren angetriebene, sich bewegende Werbeanlagen. Bei Leuchtschriften dürfen die Zargen nicht transparent sein.

(3) Für kunsthandwerklich gefertigte Werbeanlagen (Ausleger, Fassadenbemalung u.ä.), für die Gestaltung fensterloser Fassaden (Brandwände u.ä.) sowie für Tankstellen können im Hinblick auf die Größe Ausnahmen zugelassen werden.

(4) Horizontale Werbeanlagen sind in ihrer Höhe auf 0,70 m, in ihrer Tiefe auf 0,20 m und in ihrer Länge auf 8,00 m begrenzt. Werden mehrere derartige Werbeanlagen an einer Fassade angebracht, gilt dies für deren Gesamtlänge. Von der Höhenbegrenzung können Ausnahmen gestattet werden, wenn die Länge der Werbeanlage entsprechend kürzer ist.

(5) Die zulässige Gesamtgröße der Werbeanlagen beträgt 1/3 der Fassadenbreite in m².

(6) Vertikale Werbeanlagen sind nur als Einzelelemente von maximal 0,30 m² oder 0,10 m³ zulässig. Die Schrift soll waagrecht stehen. Die Auskragung darf einschließlich Konstruktion 0,80 m nicht überschreiten.

(7) Die seitliche Ansichtsfläche von Auslegern darf nicht größer als 1,00 m² sein. Ausleger dürfen einschließlich der Befestigung nicht mehr als 1,10 m von der Gebäudefront des Erdgeschosses vortreten und ihre Schmalseite darf nicht breiter als 0,20 m sein. Selbstleuchtende Ausleger müssen von der Nachbargrenze einen Abstand von mindestens 2,00 m einhalten.

Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches

(8) Würfelförmige, kugelige o.ä. körperhafte Werbeanlagen sind als Einzelanlagen bis zu einer maximalen Kantenlänge von 0,60 m und einer maximalen Auskragung einschließlich Konstruktion von 1,00 m zulässig.

(9) An Schaufenstern dürfen flächige Werbeanlagen nur angebracht werden, wenn ihre gesamte Fläche $\frac{1}{5}$ der Schaufensterfläche des jeweiligen Schaufensters nicht überschreitet.

§ 6 Erhöhte Gestaltungsanforderungen an den besonderen Bereich

(1) Werbeanlagen können ohne Verbindung mit der straßenseitigen Fassade zugelassen werden, wenn die Gebäude mehr als drei Meter von der Straßenbegrenzungslinie bzw. der tatsächlichen Straßengrenze zurückgesetzt sind und die Werbeanlage nicht größer als 1,00 m² ist.

(2) Horizontale Werbeanlagen sind in ihrer Höhe auf 0,50 m, in ihrer Tiefe auf 0,20 m und in ihrer Länge auf 8,00 m begrenzt. Werden mehrere derartige Werbeanlagen an einer Fassade angebracht, gilt dies für deren Gesamtlänge. Von der Höhenbegrenzung können Ausnahmen gestattet werden, wenn die Länge der Werbeanlage entsprechend kürzer ist.

(3) Die zulässige Gesamtgröße der Werbeanlagen beträgt 1/5 der Fassadenbreite in m².

(4) Die seitliche Ansichtsfläche von Auslegern darf nicht größer als 0,50 m² sein. Ausleger dürfen einschließlich der Befestigung nicht mehr als 0,85 m von der Gebäudefront des Erdgeschosses vortreten und ihre Schmalseite darf nicht breiter als 0,15 m sein. Selbstleuchtende Ausleger sind unzulässig.

(5) An Schaufenstern dürfen flächige Werbeanlagen nur angebracht werden, wenn ihre gesamte Fläche 1/10 der Schaufensterfläche des jeweiligen Schaufensters nicht überschreitet.

§ 7 Warenautomaten

- (1) Warenautomaten dürfen die Bauflucht nicht mehr als 0,15 m überragen.
- (2) Freistehende Warenautomaten dürfen auf öffentlichen Verkehrsflächen nicht aufgestellt werden. Ausnahmen können erteilt werden, wenn diese Warenautomaten in tief liegenden Haus- oder Geschäftseingängen aufgestellt werden und das ästhetische Gesamtbild des Gebäudes nicht stören.

§ 8 Schaukästen

(1) Schaukästen sind nur für kommunale und kirchliche Mitteilungen, Vereinsmitteilungen sowie Mitteilungen für gastronomische Betriebe (nur Speise- und Getränkekarten) zulässig. Schaukästen sind nur an Gebäuden zulässig und dürfen nicht auf gliedernden Fassadenelementen angebracht werden sondern nur an Wänden. Bei Fachwerkfassaden ist ihre Anbringung nur innerhalb der Grenzen einzelner Gefache zulässig.

(2) Schaukästen dürfen nicht größer als 0,30 m² sein und gegenüber der Fassade lediglich bis maximal 0,15 m vorstehen.

§ 9 Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung können über die im Einzelnen genannten Ausnahmen hinaus Abweichungen gem. § 69 LBauO gewährt werden, wenn die dort genannten Voraussetzungen vorliegen.

§ 10 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig gem. § 24 (5) GemO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. Werbeanlagen oder Warenautomaten errichtet oder ändert, ohne die hierfür erforderliche Genehmigung zu besitzen, oder
2. von der erteilten Genehmigung abweicht, wenn die Abweichung einer erneuten Genehmigung bedurft hätte.

Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 24 (5) GemO mit einem Bußgeld bis zu 5.000,00 Euro geahndet werden.

Landstuhl, den 23.01.2014



Anhang – Übersichtsplan des örtlichen Geltungsbereich

Begründung

**Zur Satzung der Sickingenstadt Landstuhl über die Gestaltung und den Schutz des Ortsbildes im Kernstadtbereich
Hier: Werbeanlagen und Warenautomaten**

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort	1
2.	§ 4 Allgemeine Anforderungen.....	2
3.	§§ 5 und 6 Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches und erhöhte Gestaltungsanforderungen an den besonderen Bereich	3
4.	§ 9 Abweichungen	4

1. Vorwort

Die Sickingenstadt Landstuhl wird zunehmend mit Anträgen zur Errichtung großflächiger Werbeanlagen konfrontiert. Diese Anlagen an stark frequentierten Straßen bieten der Werbewirtschaft attraktive Möglichkeiten zur Ansprache eines breiten Interessentenkreises. Andererseits stellen diese Anlagen durch Ihre Größe, die Bewegung der Bilder sowie die Lichtspiegelungen auch einen erheblichen Eingriff in das Stadtbild dar. Durch Ablenkungseffekte können sie überdies die Verkehrssicherheit beeinträchtigen.

Aus stadtplanerischer Sicht ist die Errichtung großflächiger Werbeanlagen in den dargestellten Bereichen städtebaulich nicht vertretbar. Dies betrifft insbesondere Anlagen mit Wechselwerbung.

Ziel dieser Satzung ist es, Regelungen für die Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen in den prägenden Stadtbereichen zu treffen. Insbesondere sollen für unterschiedliche Bereiche, entsprechend der Schutzwürdigkeit differenzierte Festsetzungen getroffen werden.

2. § 4 Allgemeine Anforderungen

Die Anforderungen an Werbeanlagen hinsichtlich Ihrer Ausführung und Gestaltung orientieren sich insbesondere am umliegenden Stadt- und Straßenbild. Eine möglichst große Werbewirksamkeit steht hier dem Gebot des Einfügens zumeist entgegen. In sensiblen Bereichen, wie historischen Stadtkernen und auch Stadt-
eingängen ist eine Regelung zur Gestaltung unerlässlich.

Gerade beleuchtete Werbeanlagen dominieren den öffentlichen Raum und rücken das umgebende Stadtbild in den Hintergrund. Aus diesem Grund werden Festsetzungen getroffen, die die Gestaltung und die Beleuchtung der Werbeanlagen regeln. Werbeanlagen mit laufendem, wechselndem oder blinkendem Licht sowie durch Motoren angetriebene, sich bewegende Werbeanlagen sind aufgrund ihrer dominanten Wirkung auf den öffentlichen Raum nicht zulässig. Diese stellen erhebliche Eingriffe in das Stadtbild dar und können durch Ablenkungseffekten überdies die Verkehrssicherheit beeinträchtigen.

§§ 5 und 6 Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches und erhöhte
Gestaltungsanforderungen an den besonderen Bereich

3. §§ 5 und 6 Gestaltungsanforderungen des allgemeinen Bereiches und erhöhte Gestaltungsanforderungen an den besonderen Bereich

Aufgrund der unterschiedlichen Bebauungs- und Nutzungsstruktur, sowie der Sensibilität hinsichtlich der Stadteingangssituation, werden für den allgemeinen Bereich einerseits und den besonderen Bereich andererseits unterschiedliche Festsetzungen getroffen.

Zum Schutz des prägenden Stadtpanoramas bedarf es in dem besonderen Bereich einer sehr engen Grenze hinsichtlich der Zulässigkeit von Werbeanlagen. Ziel ist es insbesondere diesen Bereich vor Fremdwerbung, die einen weiteren Eingriff in die städtebauliche Situation darstellen würde, freizuhalten.

Die Gestaltung der zulässigen Werbeanlagen wird in ihrer Größe begrenzt, um negative Auswirkungen aus den vorgenannten Gründen zu minimieren. Freistehende Werbeanlagen mit Werbeflächen von bis zu 1,00 m² werden im verträglichen Maß sowie im gebräuchlichen Format weiterhin ermöglicht.

In dem allgemeinen Bereich kann der Zulässigkeitsrahmen größer gestaltet werden, da sich Werbeanlagen in diesem Bereich besser in die bestehende Situation einfügen. Entsprechend dem Ziel der Satzung werden auch in diesem Bereich großflächige, freistehende Werbeanlagen mit Werbeflächen über 2,00 m² ausgeschlossen. Mit einer Begrenzung auf 2,00 m² Werbefläche für freistehende Werbeanlagen wird einerseits eine ausreichend große Werbefläche ermöglicht und andererseits, im Sinne der Zielsetzung der Satzung, eine deutliche Abgrenzung zu den gängigen großflächigen Werbeformaten getroffen.

4. § 9 Abweichungen

Gerade Werbeanlagen der Eigenwerbung können sich in ihrer Gestaltung anders darstellen als die zumeist normierten Anlagen für Fremdwerbung. Insbesondere kann dies für die Größe der Werbefläche gelten, die z.B. durch Banner oder unnormierte Maße eine andere Wirkung entfalten können, als eine typische Großflächenwerbung. Aus diesem Grund können hier Abweichungen für Werbeanlagen der Eigenwerbung an der Stätte der Leistung nach Prüfung des Einzelfalls zugelassen werden.

Landstuhl, den 23.01.2014

