

Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung, Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen in der Stadt Straubing - Werbeanlagensatzung - vom 26.03.1999 (ABI 13/1999)

Bekanntmachung: 01.04.1999 (ABI S. 81)

Inhaltsübersicht:

- § 1 Geltungsbereich und Verhältnis zu anderen Vorschriften
- § 2 Allgemeine Anforderungen
- § 3 Unzulässige Werbeanlagen
- § 4 Abweichungen
- § 5 Ordnungswidrigkeiten
- § 6 Inkrafttreten

Die Stadt Straubing erlässt aufgrund von Art. 91 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 3 Bayer. Bauordnung i.d.F. der Bek. vom 04.08.1997 (GVBl S. 434, ber. 1998 S. 270), zuletzt geändert durch Gesetz vom 24.07.1998 (GVBl S. 439) folgende Satzung:

Vorbemerkung und Begründung

1. Der Stadtrat hat mit Beschlüssen vom 25.05.1998 (TOP 8) für den Geltungsbereich der Bebauungspläne „Östliches Ostenfeld“ vom 10.04.1975 und „Königreich“ vom 11.05.1983, i.d.F. der Änderung vom 13.04.1989 sowie für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile Straubings ohne Altstadtkern beschlossen, Verbote betreffend die Errichtung von Werbeanlagen festzusetzen. Zur Sicherung der Änderungsplanung wurde der Erlass von Veränderungssperrensatzungen beschlossen (Veröffentlichung im Amtsblatt Nr. 44 vom 03.11.1998). Ziel der Beschlüsse war, Anlagen der Außenwerbung zu verbieten, die sich wegen ihrer Gestaltung, Größe, Farbgebung oder Häufung nicht in das Stadt- oder Straßenbild einfügen.

Abweichend von dieser zunächst vorgesehenen Aufnahme der Gestaltungsvorschriften in Bebauungspläne erscheint es zweckmäßig, die Gestaltungsvorschriften isoliert in der nachfolgenden Satzung zu regeln. Damit wird Einwendungen Rechnung getragen, die Bebauungspläne erschöpften sich in Gestaltungsregelungen.

2. Art. 91 BayBO räumt den Gemeinden die Befugnis ein, eigenverantwortlich, selbständig und weisungsfrei örtliches Baurecht zu setzen, um ortsspezifischen Besonderheiten gerecht zu werden. Zur Verwirklichung städtebaulicher Absichten können sie weitergehend als es die allgemeine Gestaltungsvorschrift (Art. 11 BayBO) zulässt, gemäß Art. 91 Abs. 1 Nr. 1 BayBO besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung von baulichen Anlagen zur Erhaltung und Gestaltung von Ortsbildern stellen, gem. Art. 91 Abs. 1 Nr. 2 BayBO Bauvorschriften über das Verbot der Errichtung von Werbeanlagen erlassen und gemäß Art. 91 Abs. 1 Nr. 3 BayBO Gestaltungsanforderungen an unbebaute Flächen bebauter Grundstücke stellen. Auf dieser Grundlage ist es möglich, auch außerhalb des besonders schützenswerten Innenstadtbereichs den Werbeaktivitäten einen Rahmen zu geben, um negative Auswirkungen auf das Ortsbild zu vermeiden.
3. In den Außenbezirken, insbesondere an gut einsehbaren Standorten an Hauptverkehrsstraßen, wächst der Druck, Werbeanlagen zu errichten. Firmen mieten Aufstellflächen für großflächige Werbetafeln. Die dort vorgesehene Werbung steht häufig in keinem Zusammenhang mit der geschäftlichen oder sonstigen Nutzung der Grundstücke. Fremd- und Eigenwerbung zusammen stehen nicht selten in keinem ausgewogenen Verhältnis zu den Straßenfrontlängen der Grundstücke und den Fassaden der Bauwerke. Die beabsichtigten Werbeaktivitäten drohen ungesteuert den städtebaulichen Bemühungen um ein gepflegtes Gesamterscheinungsbild zuwiderzulaufen. Auch in gewerblich geprägten Bereichen muss Wert auf ein angemessenes äußeres Erscheinungsbild gelegt werden. In den Genehmigungsverfahren bemühen sich Stadtplanungs- und Umweltamt intensiv um eine ansprechende Gestaltung der Freiräume, Baufluchten und bauliche Gestaltung, die natürlich auf Nutzung und Funktion Rücksicht nehmen muss.

4. Die Werbung an den Gebäuden und in deren Vorfeld sollte sich einfügen und nicht deplaziert erscheinen. Sie ist als wichtiger Bestandteil der Fassadengestaltung zu sehen und muss sich in jedem Falle in die Architektur der Umgebung und das Orts- und Straßenbild einordnen. Auch Gewerbe-, Industrie- und vergleichbare Sondergebiete sollen nicht zu „Gewerbesteppen“ verkommen. Dabei darf bauliche Monotonie aber nicht durch das visuelle Chaos der Werbeanlagen überformt werden.
5. Zur Erreichung der vorgenannten Ziele werden für das gesamte Stadtgebiet, mit Ausnahme des Geltungsbereiches des Bebauungsplanes „Stadtkernsicherung MK“ i.d.F. vom 25.03.1993, die nachfolgend festgelegten Mindeststandards gesetzt. Weitergehende Regelungen in Bebauungsplänen, des Denkmalsrechts und Art. 11 BayBO bleiben unberührt.

Mit dieser Satzung werden alle Werbeanlagen über Art. 63 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 BayBO hinaus gem. Art. 63 Abs. 2 Nr. 6 BayBO genehmigungsfrei, wenn sie den Festsetzungen der Satzung entsprechen. Denkmalschutzrechtliche Genehmigungspflichten bleiben unberührt.

§ 1

Geltungsbereich und Verhältnis zu anderen Vorschriften

Die Satzung gilt für Werbeanlagen im gesamten Gebiet der Stadt Straubing mit Ausnahme des Geltungsbereiches des Bebauungsplanes „Stadtkernsicherung MK“ i.d.F. vom 25.03.1993 (Bekanntmachung im Amtsblatt Nr. 50 vom 02.12.1993). Weitergehende Regelungen in Bebauungsplänen sowie die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes, ebenso wie Art. 11 BayBO bleiben unberührt. Die Bestimmungen der Verkehrsraumsondernutzungssatzung vom 23.06.1983 (Amtsblatt 25/1983) i.d.F. der Änderungssatzung vom 21.10.1996 (Amtsblatt 44/1996) gehen den Regelungen dieser Satzung vor.

§ 2 Allgemeine Anforderungen

Werbeanlagen sind so zu errichten, anzuordnen, zu gestalten und zu unterhalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Gliederung das Erscheinungsbild der Grundstücke und baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind, sowie das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen, das Orts- und Straßenbild und den städtebaulichen Charakter nicht stören.

§ 3 Unzulässige Werbeanlagen

(1) Im Geltungsbereich dieser Satzung sind Werbeanlagen unzulässig

1. in Verbindung mit Verkehrszeichen (einschließlich Wegweisungen) und Verkehrseinrichtungen sowie die Werbeanlagen, die Zeichen oder Verkehrseinrichtungen gleichen, mit ihnen verwechselt werden oder deren Wirkung beeinträchtigen und sich auf den Verkehr auswirken können oder eine räumlich-gegenständliche Beeinträchtigung des Gemeingebrauchs darstellen;
2. auf Grundstücken oder Grundstücksteilflächen, die baulich nicht durch eine Nutzung geprägt sind;
3. die sich hinsichtlich Standort, Maß, Anzahl und Gestaltung nicht positiv in die Eigenart der näheren Umgebung einfügen, die Freiflächengestaltung entwerten oder die vorhandene Bebauung negativ beeinflussen.

Unbeschadet der Prüfung dieser Voraussetzungen im Einzelfall und weitergehender Regelungen (§ 1 Satz 2) ist dies anzunehmen bei Werbeanlagen, die im Einzelfall das sog. Euroformat (3,7 m x 2,7 m) überschreiten, wenn je angefangene 40 m Grundstücksseitenlänge mehr als eine „Eurotafel“ aufgestellt wird (Fahnen werden wie „Eurotafeln“ berücksichtigt) oder wenn die Werbeanlagen im Freiflächenbereich näher als 5 m zur Grundstücksgrenze hin aufgestellt werden;

4. Werbeanlagen an Gebäuden, die architektonische Gliederungen bedecken oder überschneiden, an Erkern, Balkonen, Gesimsen und Gliederungselementen von Fassaden, an Einfriedungen, Brücken, Leitungsmasten, Schornsteinen oder sonstigen hochragenden, das Ortsbild beeinflussenden Bauteilen; die Werbung an Fassaden darf 10 % der beworbenen Fassadenfläche nicht überschreiten;
 5. an Bäumen und innerhalb von Baumgruppen;
 6. die nicht an zur Straße gerichteten Grundstücksbereichen oder Gebäudefassaden angebracht werden;
 7. in Form von Fremdwerbeanlagen an Wohngebäuden oder Gebäuden, die überwiegend dem Wohnen dienen.
- (2) Ausgenommen von dem Verbot des Absatzes (1) sind Automaten und Hinweiszeichen auf die Stätte der Leistung an Ort und Stelle derselben.

§ 4 Abweichungen

Abweichungen von den Vorschriften dieser Satzung werden gem. Art. 70 Abs. 2 BayBO zugelassen.

§ 5 Ordnungswidrigkeiten

Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieser Satzung können gem. Art. 89 Abs. 1 Nr. 17 Bayer. Bauordnung mit Geldbuße bis zu 500.000,-- Euro belegt werden.

§ 6
Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung im Amtsblatt der Stadt Straubing in Kraft.

Straubing, den 26.03.1999
STADT STRAUBING

Perlak
Oberbürgermeister