

WERBESATZUNG FÜR DEN INNENSTADTBEREICH DER STADT PEINE

Örtliche Bauvorschrift für Werbeanlagen und Warenautomaten

in der Fassung 28. April 2005/23. Juni 2005

Aufgrund der §§ 56 Abs. 1 Nr. 2 und 97 Abs. 1 der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO) in Verbindung mit § 10 des Baugesetzbuches (BauGB) und den §§ 6 Abs. 1 und 40 Abs. 1 Nr. 4 der Niedersächsischen Gemeindeordnung (NGO) in der jeweils am Tag der Beschlussfassung geltenden Fassung hat der Rat der Stadt Peine in seiner Sitzung am [\(siehe Chronologie\)](#) folgende örtliche Bauvorschrift als Satzung beschlossen:

PRÄAMBEL

Die überarbeitete und aktualisierte örtliche Bauvorschrift für Werbeanlagen und Warenautomaten soll positiv auf das Erscheinungsbild der Kernstadt einwirken und gleichzeitig für Handel und Gewerbe ausreichende Freiheiten und Möglichkeiten für die Anbringung und Gestaltung von Werbeanlagen erhalten. Mit der örtlichen Bauvorschrift soll erreicht werden, dass Werbeanlagen durch ihre Anordnung und Gestaltung nicht aufdringlich wirken und harmonisch in das Stadtbild integriert werden. Dieses Ziel dient sowohl dem Wunsch der Bevölkerung nach dem Erhalt und dem Schutz des Stadtbildes, insbesondere auch in Bereichen der historischen Straßenzüge, als auch den Geschäften und Dienstleistungsbetrieben, denn qualitative Werbung erreicht auf Dauer mehr als quantitative Werbung, die häufig nur durch Aggressivität, ständig wechselndes Erscheinungsbild und Überdimensionierung von Art und Umfang ins Auge fällt. Es besteht seitens der Stadt Peine das ausdrückliche Angebot an Interessierte (z.B. Bauantragsteller/Geschäftsinhaber), sich über die Möglichkeiten, die die örtliche Bauvorschrift eröffnet, allgemein oder auch aufgrund konkreter Planungen beraten zu lassen.

§ 1

SACHLICHER UND RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

- (1) Der räumliche Geltungsbereich dieser örtlichen Bauvorschrift umfasst den im Lageplan gekennzeichneten Bereich. Der Lageplan ist Bestandteil dieser örtlichen Bauvorschrift.
- (2) Diese Satzung ist bei allen Maßnahmen, wie dem Anbringen, der Um- und Neugestaltung sowie bei Instandsetzungen von Werbeanlagen im Sinne des § 49 Abs. 1 der Niedersächsischen Bauordnung und von Warenautomaten anzuwenden.

§ 2

ARTEN VON WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser örtlichen Bauvorschrift sind insbesondere
 - Parallelwerbeanlagen
(parallel zur Fassade, flach angebrachte ein- oder mehrteilige Werbeanlagen)
 - Ausleger
(rechtwinklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen)
 - Flächenwerbung
(flächenhafte Werbung auf Schaufenstern)
 - Schaukästen
(Anlagen, für Mitteilungen, die der Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen dienen oder Dienstleistungen und Waren anbieten)
- (2) Warenautomaten sind Automaten, die dem Verkauf von Waren dienen und die von allgemein zugänglichen Verkehrs- und Grünflächen aus sichtbar sind.
- (3) Eigenwerbung ist die Werbung, die einen unmittelbaren Bezug zu der Stätte der Leistung hat, also für die Stätte der Leistung selbst oder ihre Waren, Produkte oder Dienstleistungen wirbt. Fremdwerbung hat keinen unmittelbaren Bezug zu der Stätte der Leistung.

§ 3

ANORDNUNG VON WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

- (1) Soweit Werbeanlagen an Gebäuden angebracht werden sollen, sind sie nur an der Stätte der Leistung zulässig. Liegt die Stätte der Leistung im Erdgeschoss, sind Werbeanlagen bis zur Brüstung des 1. Obergeschosses möglich. Liegt sie im 1. Obergeschoss, ist nur noch Flächenwerbung zulässig. Die näheren Anbringungsorte regeln die §§ 4 bis 6. Je Stätte der Leistung ist nur eine Werbeanlage (Fremdwerbung oder Eigenwerbung) auf der Außenwand des Gebäudes zulässig. Ein Ausleger, eine Parallelwerbeanlage und Flächenwerbung gelten im Sinne dieser örtlichen Bauvorschrift zusammen als eine Werbeanlage. Ausnahmsweise können mehrere Werbeanlagen zugelassen werden, wenn sie z.B. an einem Eckgrundstück und auf einem anderen Fassadenabschnitt angebracht werden sollen.

Unzulässig ist die Anordnung von Werbeanlagen (Eigenwerbung und Fremdwerbung) an Nebengebäuden, an Schalt- und Verteilerschränken, an Einfriedigungen, an Beleuchtungsmasten sowie an sonstigen Masten und von freistehenden Werbeanlagen in Vorgärten, in öffentlichen Grünflächen sowie auf sonstigen privaten Freiflächen, die von allgemein zugänglichen Verkehrs- oder Grünflächen aus sichtbar sind. Auf öffentlichen Freiflächen gilt dies auch für Werbeanlagen der Eigenwerbung.

- (2) Schilder, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe sowie Gebäude und Räume für die Berufsausübung freiberuflich Tätiger kennzeichnen, sind an der Stätte der Leistung oder ausnahmsweise an der Zuwegung zu dieser anzuordnen. Die Größe eines Schildes darf max. 0,20 m² betragen. Mehrere Schilder dieser Art sind zu einer Einheit zusammenzufassen und einheitlich zu gestalten.
- (3) Warenautomaten und Schaukästen zum Anbieten von Waren und Dienstleistungen sind nur an Gebäuden zulässig und so anzuordnen, dass sie in die Fassade integriert sind und nicht vor die Gebäudeaußenkante treten.
- (4) Schaukästen, die der Information der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen dienen, sind abweichend von Abs. 3 auch an der Grundstücksgrenze oder an der Zuwegung zu Gebäuden zulässig, wenn die Gebäude nicht auf der Grundstücksgrenze errichtet sind.

§ 4

PARALLELWERBEANLAGEN

- (1) Das Anbringen von Parallelwerbeanlagen ist nur zulässig
 - unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses (bei eingeschossigen Gebäuden unterhalb der Traufe/des Flachdachgesims) und
 - mit jeweils mind. 0,30 m Abstand zu den Bauteilen des Gebäudes.
- (2) Das Verdecken oder Überschneiden von Bauornamenten, Stuck, Fachwerkschriften, Fachwerkzierformen und ähnlichem ist nicht zulässig. Von ihnen ist mind. 0,30 m Abstand zu halten.
- (3) Die Parallelwerbeanlagen müssen in ihrer Position und in ihren Abmessungen auf Fassadenöffnungen (Fenster, Türen o. ä.) und auf gliedernde Bauteile Bezug nehmen.
- (4) Das Hervortreten von Parallelwerbeanlagen vor die Fassadenaußenkante - abgesehen von Einrichtungen zur direkten Beleuchtung - ist nur bis zu einem Maß von 0,30 m zulässig.

§ 5

AUSLEGER

- (1) Ausleger sind mit einer max. Dicke von 0,30 m (abgesehen von Einrichtungen zur direkten Beleuchtung) zulässig. Die zur Fassade senkrechte Auskragung darf das Maß von 1,00 m und die Ansichtsfläche von 0,80 m² nicht überschreiten. § 4 Abs. 1 gilt entsprechend.
- (2) Das Anbringen von Auslegern ist nur unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses (bei eingeschossigen Gebäuden unterhalb der Traufe/des Flachdachgesimses) zulässig.

§ 6

FLÄCHENWERBUNG

- (1) Max. dürfen bis zu 1/5 der Glasflächen von Schau- und Ladenfenstern im Erdgeschoß von innen oder von außen mit Plakaten, Werbeschildern, Papieren oder anderen Materialien beklebt oder bemalt werden. In der Gestaltung ist eine eventuelle Fensterteilung (Sprossenfenster etc.) zu berücksichtigen. Fenstersprossen dürfen nicht überdeckt werden. Alle anderen Fenster eines Gebäudes dürfen weder von innen noch von außen direkt mit Plakaten, Werbeschildern, Papieren oder anderen Materialien beklebt oder bemalt werden.
- (2) Das Anbringen von Zettel- und Bogenanschlügen (Plakaten) an Fassaden ist unzulässig.
- (3) Unmittelbar auf die Fassade aufgebrachte Werbung ist im Sinne der übrigen Anforderungen dieser örtlichen Bauvorschrift zu gestalten und grundsätzlich als Werbeanlage entsprechend § 3 Abs. 1 zu beurteilen.

§ 7

WERBEANLAGEN FÜR ZEITLICH BEFRISTETE SONDERVERANSTALTUNGEN

- (1) Ausnahmsweise sind abweichend von den Anforderungen der §§ 3 bis 6 und 8 Werbeanlagen/-einrichtungen wie Spannbänder, Attrappen und Fahnen für zeitlich begrenzte, kulturelle, politische, sportliche und kommerzielle (z. B. Saison-Schluss-Verkauf) Sonderveranstaltungen zulässig, wenn gewährleistet ist, dass nach Ablauf der Veranstaltung die Werbeanlagen/-einrichtungen wieder beseitigt werden. Ausgenommen ist das Anbringen von Plakaten auf Fassaden (§ 6 Abs. 2).
- (2) Zeitlich befristete Sonderveranstaltungen sind bis zu viermal im Kalenderjahr möglich. Der Zeitraum der Aufstellung/Anbringung der in Absatz 1 genannten Werbeanlagen/-einrichtungen für zeitlich befristete Sonderveranstaltungen darf 3 Wochen nicht überschreiten. Der Anbringungszeitraum und die Art der Werbeanlage/-einrichtung sind der Bauaufsichtsbehörde der Stadt Peine schriftlich, mindestens 3 Tage vor Anbringung, anzuzeigen.

§ 8

WERBEANLAGEN AN FACHWERKFASSADEN

An Gebäuden mit Fachwerkfassade sind nur Einzelbuchstaben und Einzelsymbole zulässig. Leuchtkästen und Schilder sind unzulässig. Schilder an der Stätte der Leistung mit Hinweis auf Gewerbe und Beruf bis 0,20 m² Ansichtsfläche sind zulässig. Mehrere Schilder dieser Art sind zu einer Einheit zusammenzufassen und einheitlich zu gestalten.

§ 9

BESONDERE WERBEANLAGEN

- (1) Werbeanlagen mit wechselndem Licht (z.B. Anlagen mit Phasenschaltung oder laufendem Licht) sind unzulässig. Im Einzelfall können derartige Werbeanlagen ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen keine erheblichen Belästigungen, insbesondere für Bewohner umliegender Gebäude, ausgehen.
- (2) Fremdwerbung ist im Bereich der folgenden Straßen nicht zulässig:

Am Amthof,	Am Markt,	Am Schloßwall,
Am Werderpark,	Bahnhofstraße (nördl. DB),	Beethovenstraße,
Bleicherwiesen,	Bodenstedtstraße,	Breite Straße,
Burgstraße,	Damm,	Echterngasse,
Echternplatz,	Echternstraße,	Glockenstraße,
Goethestraße,	Gröpern,	Hagenmarkt,
Hagenstraße,	Hans-Marburger-Straße,	Kl. Schützenstr.,
Kniepenburg,	Lindenstraße,	Marktplatz,
Marktstraße,	Pulverturmwall,	Querstraße,
Rathausgasse,	Rosenhagen,	Rosenthaler Str.,
Schillerstraße,	Schloßstraße,	
Schützenstraße (westlicher Teil bis Ende Fußgängerzone),		
Senator-Voges-Straße,	Stederdorfer Straße,	Twete,
Wallplatz,	Wallstraße,	Windmühlenwall.

§ 10

AUSNAHMEN UND BEFREIUNGEN

- (1) Ausnahmen von dieser örtlichen Bauvorschrift können unter der Voraussetzung des § 56 Abs. 2 der Niedersächsischen Bauordnung zugelassen werden.
- (2) Befreiungen von dieser örtlichen Bauvorschrift können unter der Voraussetzung des § 86 Abs. 1 der Niedersächsischen Bauordnung erteilt werden.

§ 11

ORDNUNGSWIDRIGKEITEN

Ordnungswidrig handelt nach § 91 Abs. 3 der Niedersächsischen Bauordnung, wer als Bauherr, Entwurfsverfasser oder Unternehmer vorsätzlich oder fahrlässig eine Maßnahme durchführt oder durchführen lässt, die nicht den Anforderungen dieser örtlichen Bauvorschrift entspricht. Ordnungswidrigkeiten können nach § 91 Abs. 5 der Niedersächsischen Bauordnung mit einer Geldbuße geahndet werden.

§ 12

AUSSERKRAFTTRETEN BESTEHENDER VORSCHRIFTEN

Mit Inkrafttreten der 1. Änderung der örtlichen Bauvorschrift am 17.01.2001 trat die örtliche Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine vom 22. April 1982 außer Kraft.

Mit Inkrafttreten der Änderungen der 2. Vereinfachten Änderung dieser örtlichen Bauvorschrift treten die entsprechenden Abschnitte der örtlichen Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine vom 17. Januar 2001 außer Kraft.

Mit Inkrafttreten der Änderung der 3. Änderung dieser örtlichen Bauvorschrift treten die entsprechenden Abschnitte der örtlichen Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine vom 21. März 2002 außer Kraft.

§ 13

INKRAFTTRETEN

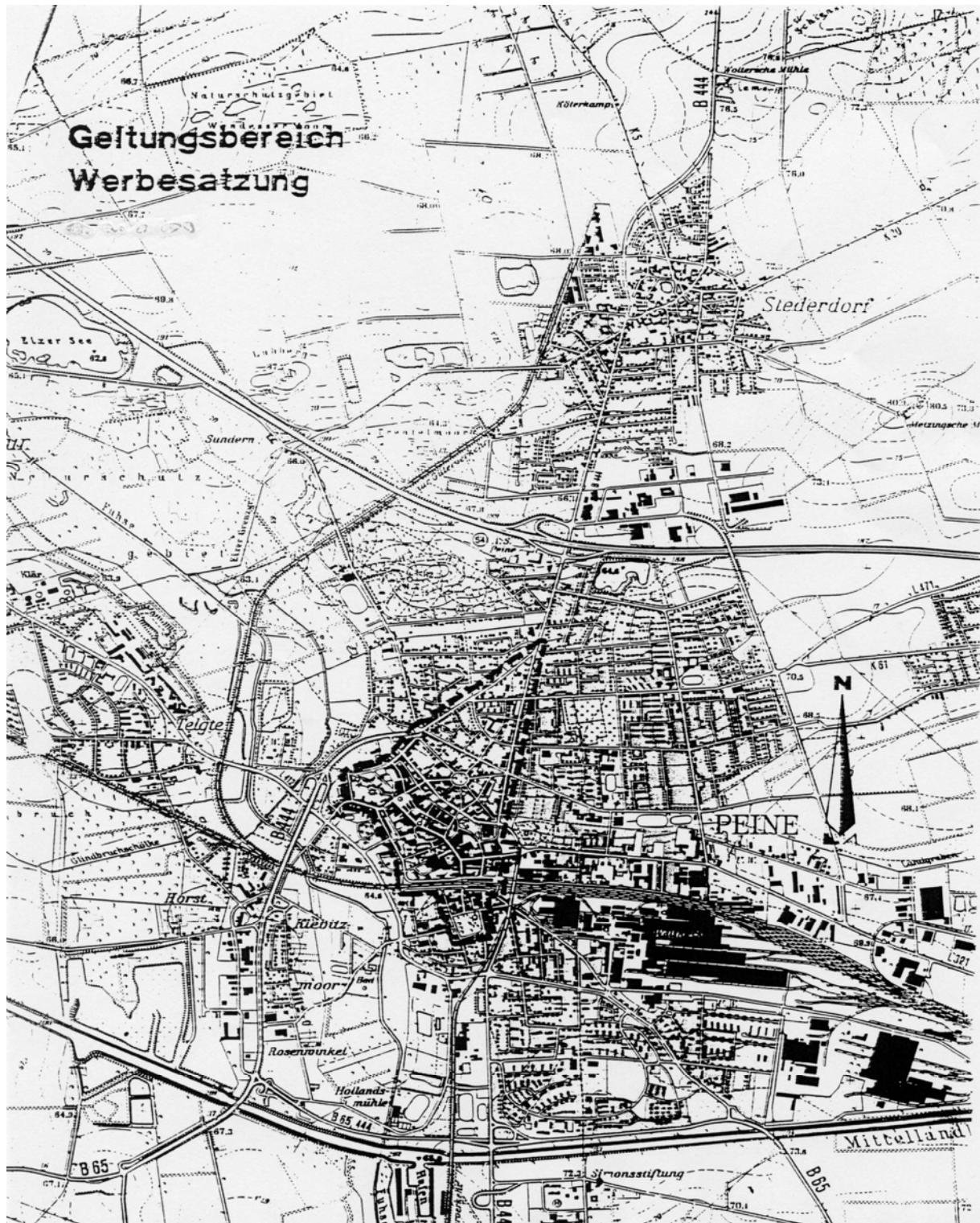
(siehe [Chronologie](#))

STADT PEINE

Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 8 von 19

Anhang



Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

B e g r ü n d u n g

der überarbeiteten und aktualisierten örtlichen Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine

Die örtlichen Bauvorschriften über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine in der Fassung vom 22.04.1982 ist am 23.02.1983 in Kraft getreten und wird durch die am 17.01.2001 in Kraft getretene überarbeitete Fassung aktualisiert.

Aufgrund § 56 Abs. 1 Nr. 2 der NBauO kann die Gemeinde, um bestimmte städtebauliche oder baugestalterische Absichten zu verwirklichen, über die in § 49 NBauO genannten Anforderungen hinausgehend durch örtliche Bauvorschrift für bestimmte Teile des Gemeindegebietes besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung oder Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten stellen, sie insbesondere auf bestimmte Gebäudeteile, auf bestimmte Arten, Größen, Formen und Farben beschränken oder in bestimmten Gebieten oder an bestimmten baulichen Anlagen ausschließen.

Diese örtliche Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Werbeanlagen und Warenautomaten soll die rechtliche Grundlage schaffen, die Silhouette der Kernstadt zu erhalten, Werbeanlagen in die Fassade so zu integrieren, dass eine positive Baugestaltung im Hinblick auf das baulich gegebene Erscheinungsbild der Kernstadt, alter Straßenzüge und Straßenbilder erreicht wird. Gleichzeitig besteht ausreichende Freiheit für erforderliche Werbung.

Eine örtliche Bauvorschrift über besondere Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten darf im Hinblick auf die Gestaltung einen Rahmen setzen, sie kann bestimmte Werbeanlagen bzw. Warenautomaten vorschreiben.

Sie muss diesen Rahmen konkret angeben, damit jeder Bürger direkt und ohne Auslegung der Verwaltung dieser Satzung entnehmen kann, was erlaubt oder verboten ist.

Zu § 1 Sachlicher und räumlicher Geltungsbereich:

In § 49 (2) NBauO ist allgemein geregelt, dass Werbeanlagen nicht erheblich belästigen dürfen, insbesondere nicht durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke und Betriebsweise. In Misch- und Kerngebieten werden Werbeanlagen nicht weiter eingeschränkt. Gemäß § 1 der örtlichen Bauvorschrift ist der räumliche Geltungsbereich der Satzung aus dem Lageplan als Bestandteil der örtlichen Bauvorschrift ersichtlich.

Der Flächennutzungsplan der Stadt Peine stellt das von der örtlichen Bauvorschrift betroffene Stadtgebiet als Mischgebiet (MI), Kerngebiet (MK), Gewerbegebiet (GE) und allgemeines Wohngebiet (WA) dar. Der Flächennutzungsplan der Stadt Peine gibt die geplante Nutzung des Gebietes für die Zukunft wieder.

STADT PEINE

Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 11 von 19

Rechtsverbindliche Bebauungspläne liegen für das Gebiet teilweise vor, so dass eine Beurteilung der Bauanträge entsprechend der jeweiligen Situation nach den Festsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes oder nach der umliegenden Bebauung (§ 34 BBauG) erfolgen muss. Die nicht von Bebauungsplänen erfassten Gebiete weisen zum Teil den Charakter von Gewerbe- und Mischgebieten auf, für die in § 49 der Nds. Bauordnung keine Regelungen getroffen sind. Daher ist eine positive Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten erforderlich.

Die um 1220 planmäßig angelegte mittelalterliche Altstadt Peine sowie die ehemaligen Vorstadtbereiche Damm, Rosenhagen und Gröpern besitzen noch ihre ursprüngliche Gestalt. Trotz eines sich über Jahrhunderte durch ständiges Um- und Neubauen veränderten, jetzt gemischten Baubestandes wird die Altstadt Peine noch immer in ihren Straßen und Plätzen durch eine reizvolle Vielfalt von Raumabläufen geprägt. Gleiches gilt für den Hagenmarktbereich, der um 1890 angelegt wurde. Die Stadtkarte dieses Bereichs zeigt einen runden Platz, von dem strahlenförmig sieben Straßen abzweigen, an denen eine Bausubstanz mit überwiegend neoklassizistischen Fassaden von reicher Formsprache liegt. Eine ähnliche Bausubstanz ist an den Ausfallstraßen - Celler Straße, Schwarzer Weg bis Einmündung Celler Straße - vorzufinden.



Werbung verliert ihre Wirkung durch unmäßige Anhäufung

Zum Schutz und zur Gestaltung dieser überwiegend historischen Gebäude und Straßenzüge des Satzungsgebietes sind detaillierte Aussagen über die Zulässigkeit von Werbeanlagen und Warenautomaten erforderlich.

Es soll erreicht werden, dass eine ausgewogene und nicht aufdringlich wirkende Gestaltung der Werbung entsteht.

Der Wunsch nach Werbung und deren Notwendigkeit für Handel und Gewerbe werden grundsätzlich anerkannt. Mit der Satzung wird angestrebt, Art und Ausmaß der Werbung mit den ebenso berechtigten Wünschen der Bevölkerung nach Erhaltung und Schutz des Stadtbildes so in Einklang zu bringen, dass beide Anliegen in gleichem Maße berücksichtigt werden.

Deshalb sollen für die gesamte Innenstadt die Werbeanlagen auf ein für alle gleiches Maß begrenzt und die Bemühungen mehr auf Qualität als auf Quantität gelenkt werden. So sind etwa städtebaulich gelungene Einkaufsbereiche weniger auf die Größe und Häufigkeit ihrer Werbeanlagen angewiesen als vielmehr auf die Gesamtkonzeption, die einer derartigen Zone zugrunde liegt.

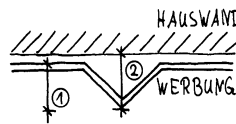
STADT PEINE

Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 12 von 19

Zu § 2 Arten von Werbeanlagen und Warenautomaten:

In diesem Paragraphen sind die in der Satzung behandelten Arten von Werbeanlagen und Warenautomaten definiert. Nicht ausdrücklich erwähnte Sonderfälle stellen z. B. Parallelwerbeanlagen mit kombiniertem Ausleger (siehe Skizze) dar. Hier sind die Maße und Bestimmungen (z. B. aus § 5) sinngemäß anzuwenden.



Parallelwerbeanlage
mit kombiniertem
Ausleger

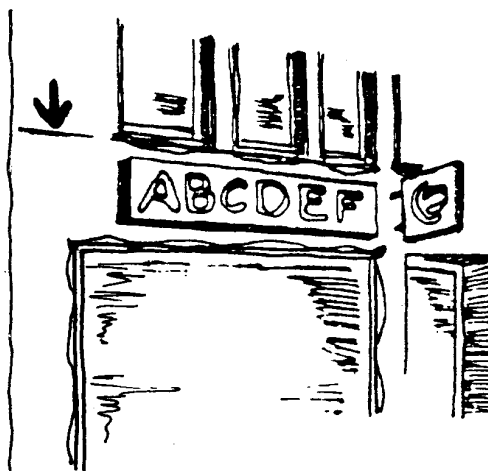
1 Ansichtsfäche
2 maximale
Auslegertiefe

Zu § 3 Anordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten:

In der Innenstadt kommt es häufig vor, dass mehrere Stätten der Leistung in einem Gebäude untergebracht sind. § 3 (1) trägt diesem Rechnung und gestattet je Stätte der Leistung **eine** Werbung. Eine Werbeanlage (flach) und ein Auslegeschild gelten als **eine** Werbung.



Für jede Stätte ist nur eine Werbeanlage
zulässig.



An jeder Stätte der Leistung ist ein flach
angebrachtes Werbeschild und ein Aus-
legeschild zulässig. Sie dürfen nicht höher, als
bis zur Unterkante des Fensters des 1. Oberge-
schosses angebracht werden.

Abstand: Hauskante - Fenster Obergeschoss =
Abstand: Werbeanlage

Durch § 49 (5) NBauO wird die Anbringung von Werbeanlagen an bestimmten Teilen von Brücken, Bäumen, Böschungen und Masten ausgeschlossen. Die vorliegende örtliche Bauvorschrift erweitert das Spektrum der unzulässigen Anbringungsorte. Bei den aufgeführten Stellen, an denen Werbeanlagen und Warenautomaten nicht zulässig sind, handelt es sich

STADT PEINE

Werbefestsetzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 13 von 19

um besonders in das Auge fallende Bereiche. Im Bereich der Innenstadt sind nur wenige Grün- und Freiflächen vorhanden. Sie sind daher als besonders schutzwürdig anzusehen. Wenn sie nicht gerade zum Verweilen bestimmt sind, so soll doch kurzfristig der Blick abgelenkt werden vom kommerziellen Denken und Handeln auf die Natur als Element der Ruhe und Entspannung. Auf diesen Flächen aufgestellte Werbeanlagen wirken beeinträchtigend. Im Übrigen sind Freiflächen und öffentliche Verkehrsflächen gemäß ihrer Definition für eine Bebauung nicht vorgesehen.



Vorgärten und private Grün- und Freiflächen sind in dem genannten Bereich ebenfalls wenig vorhanden, aber zur Belebung des Stadtbildes durchaus erwünscht, weil sie belebend wirken und den Eindruck räumlicher Enge vermeiden. Sie sind Bestandteil des Baugrundstückes und als Gestaltungselement der baulichen Anlage anzusehen.

- | | |
|---|--|
| ↗ | Werbeanlagen und Warenautomaten sind an Mauern, Zäunen usw. nicht zulässig |
| ↘ | Abweichend ist an der Stätte der Leistung ein Hinweisschild bis 0,20 m ² zulässig |

Die in § 3 (2) ausgesprochenen Verbote stellen kein generelles Werbeverbot dar, sondern schließen Werbeanlagen nur an bestimmten baulichen Anlagen aus.

§ 3 (3) lässt ein Hinweisschild je Stätte der Leistung an Einfriedungen zu, um Gewerbetreibenden in von öffentlichen Verkehrsflächen nicht einsehbaren Gebäuden Chancengleichheit zu gewähren, da die Anbringung des Hinweisschildes am Gebäude den Zweck des Hinweises nicht erfüllen würde.

STADT PEINE

Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 14 von 19

Zu § 4 Parallelwerbeanlagen:

Durch den Ausschluss von Werbeanlagen oberhalb der Brüstung des 1. Obergeschosses und Abstand von den gliedernden Bauteilen der Gebäude sollen Struktur und Wirkung der Gebäude trotz der Überlagerung mit zulässigen Werbeanlagen erkennbar bleiben. Damit bleiben in der Fernwirkung auch städtebauliche Ensembles erlebbar.

Das Erdgeschoß stellt in der Regel diejenige Zone dar, in der die Werbung den Gesamteindruck des Gebäudes am wenigsten beeinträchtigt. Deshalb ist die Werbung dort nur wenigen Beschränkungen unterworfen. Die Begrenzung der Werbeanlagen bis zur Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses bzw. bei eingeschossigen Gebäuden bis zur Traufenhöhe oder bis zum Flachdachgesims findet darin ihre Begründung, dass die Gebäude im Innenstadtbereich in der Regel im Erdgeschoss gewerblich genutzt werden und in den übrigen Geschossen überwiegend dem Wohnen vorbehalten sind. Insbesondere beleuchtete Werbeanlagen würden hier zu einer nachhaltigen Störung der Bewohner führen. Hinzu kommt, dass der Bereich bis zur Fensterbrüstungshöhe des 1. Obergeschosses bzw. bei eingeschossigen Gebäuden die Höhe bis zur Traufe oder bis zum Flachdachgesims in der Hauptwahrnehmungszone des Passanten liegt und damit dem Informationszweck, den eine Werbeanlage darstellen soll, nur hier gerecht wird.



➤ Außenwerbung ist in diesen Bereichen **nicht** zulässig



Die örtliche Bauvorschrift über Anlagen der Außenwerbung stellt eine Gestaltungssatzung dar. Die allgemeine Anforderung, dass Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten gliedernde Bauteile nicht verdecken und überschneiden dürfen, verfolgt den Sinn, wesentliche Teile der Fassade sichtbar zu halten. Dies sind z. B. bei klassizistischen und Jugendstilbauten Pilaster und Gesimse, bei Fachwerkgebäuden das Balkengefüge und die Zierbalken.

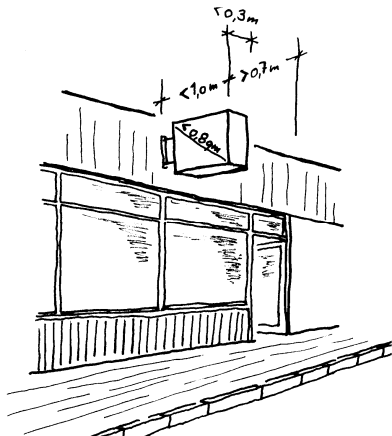
Werbeanlagen dürfen gliedernde Bauteile nicht überdecken!

STADT PEINE

Werbegesetz für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

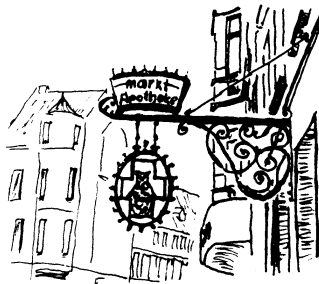
Seite 15 von 19

Zu § 5 Ausleger:



Maße von Auslegeschildern

Die Beschränkung der Auslegermaße verhindert, dass der Blick auf die Fassaden der Gebäude eingeschränkt wird.



Handwerklich gestaltete Auslegeschilder besitzen mindestens eine ebenso große Werbewirksamkeit wie Leuchtreklame.

Sie eignen sich besonders gut für ältere Bauten

Zu § 6 Flächenwerbung

Übermäßiges Bekleben der Schaufenster beeinträchtigt die Gesamtfassade, da hier Flächen zusammenkommen, die größer sein können als die eigentlichen Werbeanlagen. Die Beschränkung verhindert, dass die eigentlichen Werbeanlagen nicht mehr wahrgenommen werden können und die Fassaden der Gebäude insgesamt beeinträchtigt werden.



Zu § 8 Werbeanlagen an Fachwerkfassaden:

Die Altstadt Peine weist überwiegend Fachwerkbauwerke auf. Zur Erhaltung des Gesamteindrucks dieser Gebäude ist die Beschränkung von Werbeanlagen auf Einzelbuchstaben und Einzelsymbole unerlässlich, da nur so gestaltete Werbeanlagen der Struktur von Fachwerkbauwerken gerecht werden.

Unzulässige Werbeanlagen an einem Fachwerkhause!

STADT PEINE

Werbesatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 16 von 19

Zu § 9 Besondere Werbeanlagen:

Wie in der Begründung zu § 1 schon erläutert, führt der Trend, sich mit den Werbeanlagen von anderen Geschäften abheben zu wollen, zu einem fortlaufenden Wettkampf mit ständig wachsenden Werbeanlagen. Dies trifft im besonderen Maße auf Werbeanlagen mit wechselndem Licht zu. Die Zulässigkeit dieser auf Erinnerung und Einprägung in das Unterbewusstsein ausgerichteten aggressiven Werbung würde zur Störung des als ausgeglichen und ruhig zu bezeichnenden Stadtbildes führen.

Hingegen können die in § 7 Abs. 1 genannten Werbeanlagen, da sie nur für einen begrenzten Zeitraum zulässig sind, gestalterisch als unbedenklich angesehen werden.

Peine, den 05.02.2001

gez. Biel

Bürgermeister

gez. Willenbücher

Stadtdirektor

B e g r ü n d u n g

der 2. Änderung der örtlichen Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine

Die örtliche Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine in der Fassung vom 22.04.1982 ist am 23.02.1983 in Kraft getreten und wurde durch die am 17.01.2001 in Kraft getretene 1. Änderung aktualisiert. Die vereinfachte 2. Änderung der Werbesatzung trat am 30.07.2002 in Kraft.

Erforderlich wurde die 2. Änderung der Werbesatzung, da die Formulierung hinsichtlich der Höhe einer möglichen Geldbuße bis zu 100.000 DM unter **§ 11 Ordnungswidrigkeiten** der 1. Änderung der Werbesatzung nicht „eurotauglich“ ist.

Die Angabe des Höchstmaßes einer Geldbuße als konkreten Betrag ist nicht notwendig. Das sogenannte Zitiergebot nach § 6 Abs. 2 NGO erfordert lediglich einen Hinweis auf die gesetzliche Ermächtigung, hier: § 91 Abs. 5 NBauO. Der § 11 der Werbesatzung wurde entsprechend überarbeitet.

Da der **§ 7 Werbeanlagen für zeitlich befristete Sonderveranstaltungen Abs. 3** missverständlich formuliert war, wurde dieser Absatz an dieser Stelle herausgenommen. Die Zulässigkeit der bisher in § 7 Abs. 3 genannten *Werbeanlagen für öffentliche Wahlen und Abstimmungen* richtet sich nach der Sondernutzungssatzung der Stadt Peine. Somit ist die Werbesatzung insgesamt nicht für Werbeanlagen dieser Art anzuwenden und diese Information wurde demzufolge unter **§ 1 Sachlicher und räumlicher Geltungsbereich Abs. 3** inhaltlich sinnvoll eingefügt.

Der Regelungsgehalt der Werbesatzung wird in vollem Umfang beibehalten. Es wurden lediglich Änderungen aufgrund von Sachzwängen bzw. redaktioneller Art vorgenommen. Infolgedessen wird für diese 2. Änderung der Werbesatzung ein vereinfachtes Verfahren nach § 13 BauGB in Verbindung mit § 97 Abs. 1 NBauO durchgeführt.

Peine, den 11.04.2002

gez. Udo Willenbücher
Bürgermeister

B E G R Ü N D U N G

der 3. Änderung der örtlichen Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine

Die örtliche Bauvorschrift über besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Innenstadt der Stadt Peine in der Fassung vom 22.04.1982 ist am 23.02.1983 in Kraft getreten und wurde durch die am 17.01.2001 in Kraft getretene 1. Änderung aktualisiert. Die vereinfachte 2. Änderung der Werbesatzung trat am 30.07.2002 in Kraft. Die Werbesatzung wurde durch die am 11.07.2005 in Kraft getretene 3. Änderung aktualisiert.

Mit der 3. Änderung der Werbesatzung soll nunmehr Gewerbetreibenden in den Obergeschossen eine verbesserte Werbemöglichkeit eingeräumt werden. Diesem Zweck dienen vorgesehene Änderungen im § 3 *Anordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten*, § 5 *Ausleger* und § 6 *Flächenwerbung*. Außerdem soll in § 7 *Werbeanlagen für zeitlich befristete Sonderveranstaltungen* klargestellt werden, wie häufig im Kalenderjahr Werbung für solche Sonderveranstaltungen möglich ist.

Die Begrenzung der Werbeanlagen bis zur Fensterbrüstung des I. Obergeschosses wurde damit begründet, dass die Gebäude im Innenstadtbereich in der Regel im Erdgeschoss gewerblich genutzt werden. In den übrigen Geschossen seien sie überwiegend dem Wohnen vorbehalten. Insbesondere beleuchtete Werbeanlagen würden in diesem Bereich zu einer nachhaltigen Störung der Bewohner führen. Außerdem liege der Bereich bis zur Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses oder bei eingeschossigen Gebäuden bis zur Höhe der Traufe in der Hauptwahrnehmungszone der Passanten, sodass sie dem Hauptzweck, dem eine Werbeanlage dienen soll, hier am besten gerecht werde. Beim Vollzug der Werbesatzung kam es in der Vergangenheit in Fällen zu Problemen, bei denen Gewerbetreibende die Stätte ihrer Leistungen nur im Obergeschoss hatten, während im Erdgeschoss ein anderes Gewerbe betrieben wurde. In der Regel waren die Werbemöglichkeiten durch den Gewerbetreibenden im Erdgeschoss verbraucht, sodass der Gewerbetreibende im 1. Obergeschoss keine Werbung für die Stätte seiner Leistung mehr anbringen konnte. Der Flächennutzungsplan stellt große Teile der Innenstadt als gemischte Bauflächen dar. In diesen Bereichen sind dann, wie auch in vielen Bebauungsplänen für die Innenstadt festgesetzt, auch Kerngebiete möglich. Kerngebiete dienen vorwiegend der Unterbringung von Handelsbetrieben sowie der zentralen Einrichtungen der Wirtschaft und der Verwaltung. Ist in einem solchen Kerngebiet eine mehrgeschossige Bauweise vorgesehen, so ist die gewerbliche Nutzung der Obergeschosse wahrscheinlich, denn Wohnungen sind in solchen Gebieten nur ausnahmsweise zulässig. Insofern ist der Wunsch nach einer Verbesserung der Werbemöglichkeit in den Obergeschossen auch aus planungsrechtlicher Sicht nachvollziehbar.

Mit der Verbesserung der Werbemöglichkeiten für Gewerbetreibende in den Obergeschossen sollen nun aber nicht die positiven gestalterischen Qualitäten, die mit der Werbesatzung über Jahrzehnte geschaffen werden konnten, verloren gehen. Parallelwerbeanlagen und Ausleger, also die Werbeanlagen, die die Gestalt historischer Fassaden am nachhaltigsten beeinflussen, sollen nach wie vor nur in den bisher zur

STADT PEINE

Werbensatzung für den Innenstadtbereich der Stadt Peine

Seite 19 von 19

Verfügung stehenden Bereichen möglich sein. Für Gewerbetreibende im Obergeschoss bleibt die Flächenwerbung vorbehalten.

§ 3 *Anordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten* wird, um Regelungen für den Fall, dass die Stätte einer Leistung im I. Obergeschoss liegt, ergänzt. Außerdem wird klargestellt, dass neben Ausleger und Parallelwerbeanlage auch Flächenwerbung im Sinne dieser örtlichen Bauvorschrift zusammen als eine Werbeanlage betrachtet werden.

In § 5 *Ausleger* wird durch die Änderung klargestellt, dass das Anbringen von Auslegern nur unterhalb der Fenster des I. Obergeschosses bzw. bei eingeschossigen Gebäuden unterhalb der Traufe/des Flachdachgesimses zulässig ist. Diese Regelung entspricht der bisherigen. Sie wurde aber nötig, da in § 3 die Anbringungsorte prinzipiell erweitert wurden.

In § 6 *Flächenwerbung* werden die Anbringungsmodalitäten genauer gefasst. Insbesondere wird klargestellt, dass die Fensterteilung von Sprossenfenstern etc. zu berücksichtigen ist. Gerade in den Obergeschossen werden die Altbaufassaden durch die Fensterteilung der Sprossenfenster maßgeblich bestimmt. Dieser Eindruck soll auch beim Einsatz von Flächenwerbung erhalten bleiben.

In § 7 *Werbeanlagen für zeitlich befristete Sonderveranstaltungen* wird eingefügt, dass derartige Veranstaltungen viermal im Kalenderjahr möglich sind. Durch den Wegfall der klassischen Schlussverkäufe und auf der anderen Seite zahlreiche Aktionen im Marketingsektor wird es wichtig, hinsichtlich der Anzahl dieser Veranstaltungen, eine klare Regelung zu schaffen. Mit vier Sonderveranstaltungen im Kalenderjahr ist für Gewerbetreibende ausreichend Handlungsspielraum gegeben.

Peine, den 24.06.2005

gez. Udo Willenbücher
(Udo Willenbücher)
Bürgermeister