



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Gutachten zur Entwicklung einer Werbesatzung für die Stadt Damme

Begründung

Bearbeitung:
Dr. rer. pol. Donato Acocella
Marthe Bernhard, M.Sc. Raumplanung

April 2019

Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Str. 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de



INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

2. BEGRIFFSBESTIMMUNG UND REGELUNGEN DER LANDESBAUORDNUNG **1**

3. SATZUNG ZUR REGELUNG DER ANBRINGUNG UND GESTALTUNG VON WERBEANLAGEN IN DER STADT DAMME **3**

§ 1 GEGENSTAND.....	
§ 2 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN AN WERBEANLAGEN	3
§ 3 GELTUNGSBEREICH UND SCHUTZZONEN.....	3
§ 4 SCHUTZZONE I INNENSTADT	4
§ 5 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN DER SCHUTZZONE II SOWIE IN DEN SONSTIGEN WOHNGBIETEN UND DORFGBIETEN.....	5
§ 6 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN MISCHGBIETEN	6
§ 7 SCHUTZZONE III	6
§ 8 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN GEWERBEGBIETEN.....	7
§ 9 STANDORTE FÜR FREISTEHENDE FREMDWERBUNG	7
§ 10 WERBEANLAGEN AN DER STÄTTE DER LEISTUNG.....	7
§ 11 ANLAGEN FÜR FREMDWERBUNG SOWIE FÜR ANSCHLÄGE BESTIMMTER WERBEANLAGEN (PLAKATWÄNDE).....	8
§ 12 BESTEHENDE WERBEANLAGEN	
§ 13 AUSNAHMEN, BEFREIUNGEN UND FREISTELLUNGEN	
§ 14 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN	
§ 15 BESTANDTEILE DER SATZUNG	
§ 16 INKRAFTTRETEN.....	



1. Ausgangslage

Die Stadt Damme ist bestrebt, mittels der vorliegenden Satzung, die Errichtung von Werbeanlagen im gesamten Stadtgebiet zu steuern. Insbesondere das Stadtbild innerhalb der Innenstadt sowie die Zufahrtsstraßen zu dieser stehen dabei im Vordergrund.

2. Begriffsbestimmung und Regelungen der Landesbauordnung

Werbeanlagen sind bauliche Anlagen und unterliegen damit dem Baurecht i.S.d. Niedersächsischen Bauordnung (NBauO).

§ 50 NBauO beschreibt den Charakter von Werbeanlagen und legt bereits allgemeine Richtlinien fest:

- (1) Werbeanlagen sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und von allgemeinzugänglichen Verkehrs- oder Grünflächen aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.
- (2) Werbeanlagen dürfen nicht erheblich belästigen, insbesondere nicht durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke oder Betriebsweise.
- (3) Werbeanlagen sind im Außenbereich unzulässig und dürfen auch nicht erheblich in den Außenbereich hineinwirken. Ausgenommen sind, soweit in anderen Rechtsvorschriften nichts anderes bestimmt ist,
 1. Werbeanlagen an der Stätte der Leistung,
 2. Tafeln unmittelbar vor Ortsdurchfahrten mit Schildern, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe kennzeichnen oder die auf landwirtschaftliche Betriebe, die landwirtschaftliche Produkte zum Verkauf anbieten, und auf diese Produkte hinweisen,
 3. Tafeln bis zu einer Größe von 1 m² an öffentlichen Straßen und Wegeabzweigungen in einem Umkreis von bis zu drei Kilometern vom Rand eines Gewerbegebietes mit Schildern, die im Interesse des öffentlichen Verkehrs auf Betriebe hinweisen, die in dem Gewerbegebiet liegen,
 4. einzelne Schilder bis zu einer Größe von 0,50 m², die an Wegeabzweigungen im Interesse des öffentlichen Verkehrs auf Betriebe im Außenbereich, auf selbst



erzeugte Produkte, die diese Betriebe an der Betriebsstätte anbieten oder auf versteckt gelegene Stätten hinweisen,

5. Werbeanlagen an und auf Flugplätzen, Sportanlagen und auf abgegrenzten Versammlungsstätten, soweit die Werbeanlagen nicht erheblich in den übrigen Außenbereich hineinwirken,

6. Werbeanlagen auf Ausstellungs- und Messegeländen.

(4) In Kleinsiedlungsgebieten, reinen Wohngebieten, allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten und Wochenendhausgebieten sowie in Gebieten, die nach ihrer vorhandenen Bebauung den genannten Baugebieten entsprechen, sind nur zulässig

1. Werbeanlagen an der Stätte der Leistung und

2. Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen.

(5) An Brücken, Bäumen, Böschungen und Leitungsmasten, die von allgemein zugänglichen Verkehrs- oder Grünflächen aus sichtbar sind, dürfen Werbeanlagen nicht angebracht sein. Satz 1 gilt nicht für Wandflächen der Widerlager von Brücken; die Absätze 3 und 4 bleiben unberührt.

(6) Die Vorschriften dieses Gesetzes gelten nicht für

1. Anschläge und Lichtwerbung an dafür genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen,

2. Werbemittel an Kiosken,

3. Auslagen und Dekorationen in Fenstern und Schaukästen,

4. Werbeanlagen, die vorübergehend für öffentliche Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden.

Diese Werbesatzung bezieht sich somit auf den Regelungsgegenstand einer Werbeanlage i.S.d. § 50 NBauO.

Im Anhang zu § 60 (1) NBauO (Verfahrensfreie Baumaßnahmen) werden folgende Werbeanlagen als genehmigungsfrei aufgeführt:



1. Werbeanlagen mit nicht mehr als 1 m² Ansichtsfläche,
2. Vorübergehend angebrachte oder aufgestellte Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, wenn die Anlagen nicht fest mit dem Erdboden oder anderen baulichen Anlagen verbunden sind,
3. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen,
4. Werbeanlagen, die vorübergehend für öffentliche Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden,
5. Werbeanlagen mit nicht mehr als 10 m Höhe an der Stätte der Leistung in durch Bebauungsplan festgesetzten Gewerbe- oder Industriegebieten oder in durch Bebauungsplan festgesetzten Sondergebieten für eine gewerbe- oder industrieähnliche Nutzung,
6. Schilder an öffentlichen Straßen mit Hinweisen über das Fahrverhalten,
7. Orientierungs- und Bildtafeln über Wanderwege, Lehrpfade oder die durch Rechtsvorschrift geschützten Teile von Natur und Landschaft.

3. BEGRÜNDUNG ZUR SATZUNG ZUR REGELUNG DER ANBRINGUNG UND GESTALTUNG VON WERBEANLAGEN IN DER STADT DAMME

ZU § 2 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN AN WERBEANLAGEN

Die allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen stellen die Grundsätze für die Steuerung von Werbeanlagen dar. Dabei sind übergeordnete Regelungen und Ausschlüsse, wie z.B. an Landesstraßen, die durch die Landesstraßenbauverwaltung betreut werden, außerhalb der Ortslage und an Gewässern II. Ordnung, die in der Unterhaltungspflicht des Unterhaltungsverbandes liegen, zu beachten. Die Steuerungsgrundsätze finden sich in verschiedenen Regelungstiefen in den jeweiligen Geltungsbereichen und Schutzzonen (vgl. zu § 3 Geltungsbereich und **Schutzzonen**) wieder. Die unterschiedlichen Regelungstiefen zu den allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen ergeben sich durch die örtliche Situation, welche ggf. differenzierte Regelungsinhalte erfordern.

ZU § 3 GELTUNGSBEREICH UND SCHUTZZONEN

Auf Straßengrund, der von der Niedersächsischen Landesbehörde für Straßenbau und Verkehr betreut wird, sind Werbeanlagen außerhalb der Ortslage grundsätzlich ausgeschlossen. Ausnahmen gelten nur in Abstimmung und mit Einvernehmen der o.g.



Behörde. Dies gilt ebenso für Wandflächen der Widerlager von Brücken und für Buswartehäuschen, die auf Grundstücken der o.g. Behörde stehen.

ZU § 4 SCHUTZZONE I INNENSTADT

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- nur an der Stätte der Leistung, angepasst an die Gestaltung des Stadtbildes der Innenstadt
- nur an der straßenseitigen Fassade
- nur zwischen Erdgeschoss und zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des ersten Obergeschosses
- bei fensterlosen Fassaden bis zu einer Höhe von 3 Metern
- bei Gebäuden mit nur einem Stockwerk bis unterhalb der Dachtraufe
- Schriften und Tafeln bis zu 0,70 Metern Höhe
- Schriften und Tafeln parallel zur Fassade
- Fremdwerbung nur an Buswartehäuschen in Schaukästen (maximal 2 Tafeln je 2,00 Meter Höhe und 1,50 Meter Breite)
- Flächen der Stadtinformation mit Flächen für vorübergehende Hinweise für kulturelle Veranstaltungen, Messen u.a.

Die Werbeanlagen in der Schutzzone I unterliegen auf Grund der besonderen Gestaltungsintensität besonderen Anforderungen. Die Dichte der Werbeanlagen in der Schutzzone I erfordert ein Maß der Gleichheit in der vorhandenen und möglichen Vielfalt.

Wie die Standortanalyse auch hier gezeigt hat, befinden sich Werbeanlagen üblicherweise über dem Ladenlokal im Bereich der Brüstung des ersten Obergeschosses. Diesem ortsüblichen Stadtbild tragen die dargestellten Regelungen Rechnung.



ZU § 5 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN DER SCHUTZZONE II SOWIE IN DEN SONSTIGEN WOHNGBIETEN UND DORFGBIETEN

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- nur an der Stätte der Leistung
- nur an der straßenseitigen Fassade
- nur zwischen Erdgeschoss und zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des ersten Obergeschosses
- bei fensterlosen Fassaden bis zu einer Höhe von 3 Metern
- bei Gebäuden mit nur einem Stockwerk bis unterhalb der Dachtraufe
- Fremdwerbung nur an Buswartehäuschen in Schaukästen (maximal 2 Tafeln je 2,00 Meter Höhe und 1,50 Meter Breite)
- Flächen der Stadtinformation mit Flächen für vorübergehenden Hinweisen für kulturelle Veranstaltungen, Messen u.a.

Wohngebiete (WS, WR, WA und WB) und Dorfgebiete (MD) sind gemäß BauNVO hinsichtlich der Gebietstypik und Nutzungszusammensetzung im besonderen Maße sensibel, was negative Auswirkungen auf das Stadtbild betrifft. Zudem sind gemäß § 50 (4) der NBauO in diesen Baugebieten nur Werbeanlagen an der Stätte der Leistung zulässig.

Allgemein wurde dies durch die Rechtsprechung bestätigt - so geht das BVerwG davon aus, dass eine Werbeanlage der Außenwerbung eine bauliche Anlage im Sinne des § 29 Satz 1 BauGB ist und eine Anlage zur Fremdwerbung bauplanerisch eine eigenständige Hauptnutzung gemäß §§ 2 ff. BauNVO darstellt. Das schließt die Zulässigkeit im Reinen Wohngebiet ausnahmslos und im Allgemeinen Wohngebiet regelmäßig aus (vgl. BVerwG, Urteil vom 03.12.1992- 4 C 27/91- juris.de).



ZU § 6 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN MISCHGEBIETEN

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
- Fremdwerbung an Buswartehäuschen in Schaukästen (maximal 2 Tafeln je 2,00 Meter Höhe und 1,50 Meter Breite)
- Flächen der Stadtinformation mit Flächen für vorübergehende Hinweise für kulturelle Veranstaltungen, Messen u.a.
- Großflächenwerbung (mehr als 10 x DIN A 1), wenn sie in einem angemessenen Verhältnis zum Gebäude stehen und das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht beeinträchtigen
- Anschlagtafeln (Plakatwände oder Mega-Light-Plakate) Höhe 2,70 Meter, Breite 3,80 Meter (Außenmaß), Abstand vom Boden 0,60 Meter (maximal 1 pro Aufstellungsort)
- Großbildwände mit wechselnder Bilddarstellung (z.B. Trivisions-/ Multivisionswände, Videowände und vergleichbare Formen) Höhe 2,70 Meter, Breite 3,80 Meter (Außenmaß), Abstand vom Boden 0,60 Meter (maximal 1 pro Aufstellungsort)

ZU § 7 SCHUTZZONE III

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- nur an der Stätte der Leistung
- nur an der straßenseitigen Fassade
- nur zwischen Erdgeschoss und zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des ersten Obergeschosses
- bei fensterlosen Fassaden bis zu einer Höhe von 3 Metern
- bei Gebäuden mit nur einem Stockwerk bis unterhalb der Dachtraufe
- freistehende nur, wenn die straßenseitige Grundstücksgrenze mehr als 3 Meter zurückgesetzt ist und die Werbeanlage nicht höher als 2 Meter ist
- Fremdwerbung nur an Buswartehäuschen in Schaukästen (maximal 2 Tafeln je 2,00 Meter Höhe und 1,50 Meter Breite)
- Flächen der Stadtinformation mit Flächen für vorübergehende Hinweise für kulturelle Veranstaltungen, Messen u.a.
- Werbung für Brauchtumspflege und kulturelle Veranstaltungen an gesondert gekennzeichneten Standorten



Wie die Standortanalyse gezeigt hat, gehen an den Zufahrten zur Innenstadt von Anlagen für Fremdwerbung Beeinträchtigungen des Stadtbildes aus, daher gelten für diese Anlagen besondere Bestimmungen (vgl. § 11).

§ 8 ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN IN GEWERBEGEBIETEN

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
- Fremdwerbung
- Großflächenwerbung (mehr als 10 x DIN A 1), wenn sie in einem angemessenen Verhältnis zum Gebäude stehen und das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht beeinträchtigen
- Anschlagtafeln (Plakatwände oder Mega-Light-Plakate) Höhe 2,70 Meter, Breite 3,80 Meter (Außenmaß), Abstand vom Boden 0,60 Meter (maximal 2 pro Aufstellungsort)

In Gewerbegebieten im Sinne der BauNVO sind, gemessen an der gebietstypischen Stadtbildprägung, im Umfang nur deutlich geringere Auflagen für Werbeanlagen möglich. Zur Wahrung eines auf die ortsübliche Gebietstypik bezogenen Stadtbildes sind jedoch auch hier maximale Größen festgeschrieben, die sich jedoch auch nach den Größenverhältnissen der jeweiligen Gebäude richten können.

ZU § 9 STANDORTE FÜR FREISTEHENDE FREMDWERBUNG

Übersicht zulässige Werbeanlagen:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
- Fremdwerbung an Buswartehäuschen in Schaukästen (maximal 2 Tafeln je 2,00 Meter Höhe und 1,50 Meter Breite)
- Flächen der Stadtinformation mit Flächen für vorübergehende Hinweise für kulturelle Veranstaltungen, Messen, Brauchtumspflege.

ZU § 10 WERBEANLAGEN AN DER STÄTTE DER LEISTUNG

Werbeanlagen sind an der Stätte der Leistung grundsätzlich zulässig. Damit sich die Werbeanlagen jedoch nicht im Missverhältnis zueinander und zum Stadtbild im Allgemeinen sowie zu den architektonischen Gliederungselementen der Fassaden im Speziellen befinden, werden hier spezifische Regelungen vorgeschlagen.



Wie die Standortanalyse in Damme gezeigt hat, befinden sich Werbeanlagen an der Stätte der Leistung üblicherweise über dem Ladenlokal im Bereich der Brüstung des ersten Obergeschosses. Werbeanlagen die über diesen Bereich hinausgehen sind vereinzelt vorhanden, treten aus dem Stadtbild hervor und wirken störend. Das Maß von maximal 0,70 Metern Höhe orientiert sich zum einen im weitesten an den festgestellten Größen der Anlagen in Damme sowie an ein, als rein technisch begrenzendes, Höchstmaß auf Grund der üblichen Brüstungshöhe von rd. 0,80 bis 0,90 Metern.

Um dem überbordenden Bekleben von Schaufensterflächen und dem Anschlagen von Angeboten und dergleichen Einhalt zu gebieten, sind diese auf rd. ein Drittel der Schaufensterfläche zu begrenzen. Neonfarben sind, wie in den Grundsätzen (§ 2) bereits beschrieben, auch hier nicht zulässig.

ZU § 11 ANLAGEN FÜR FREMDWERBUNG SOWIE FÜR ANSCHLÄGE BESTIMMTER WERBEANLAGEN (PLAKATWÄNDE)

Anlagen für Fremdwerbung können sich sehr häufig störend auf das Stadtbild auswirken. Nach Absatz 1 sind daher in den sensiblen Bereichen gemäß § 4 nur Anlagen zulässig, von denen, gemessen an dem Umfang (Maß) der Werbeanlage, grundsätzlich keine negativen Auswirkungen auf das Stadtbild ausgehen.

In den Mischgebieten außerhalb der Schutzzonen I, II und III sowie den in § 9 dieser Satzung ausgewiesenen Standorten sind jedoch auch größere Anlagen (Plakatwände/ Mega-Light-Plakate) ausnahmsweise zuzulassen, wenn sich diese in die nähere Umgebung einfügen. Hier wurde analog zum § 34 BauGB die Anforderung des Einfügens aufgenommen, welche sich auch in den allgemeinen Anforderungen zu Werbeanlagen (§ 2 dieser Satzung) wiederfindet und somit ein Grundsatz dieser Satzung darstellt. In Mischgebieten, ist in Abgrenzung zu den Wohngebieten (WS, WR, WA und WB) und den Dorfgebieten (MD), von einem höheren Gewerbeanteil auszugehen, der die Gebietstypik und somit auch das Stadtbild in Mischgebieten in einer anderen Art und Weise prägt. Ein genereller Ausschluss von Plakatwänden wäre daher in Mischgebieten nicht gerechtfertigt, weshalb eine entsprechende Ausnahmeregelung erfolgt.

In Gewerbegebieten können Plakatwände zur Wahrung des Stadtbildes nicht ausgeschlossen werden. Die Beschränkung auf maximal zwei Plakatwände je Aufstellungsort soll jedoch auch hier ein Mindestmaß an Stadtgestaltung sicherstellen. Der Mindestabstand von 200 Metern führt in Gewerbegebieten dazu, dass die Aufstellungsorte noch als



Einzelstandorte wahrgenommen werden. (Beim Durchfahren mit einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 50 km/h entspricht dies rd. 14 Sekunden bis ein neuer Standort erreicht wird.)

Die Höchstmaße der beschriebenen Werbeanlagen für Fremdwerbung stimmen mit den branchenüblichen Maßen für Plakatwände etc. überein. Die nach Absatz 1 zulässigen Anlagen entsprechend den Größeneinheiten sogenannter "City-Light-Plakate" sowie die in Absatz 2 geregelten Anlagen den üblichen Größen von Plakatwänden, sogenannten "Mega-Light-Plakaten".