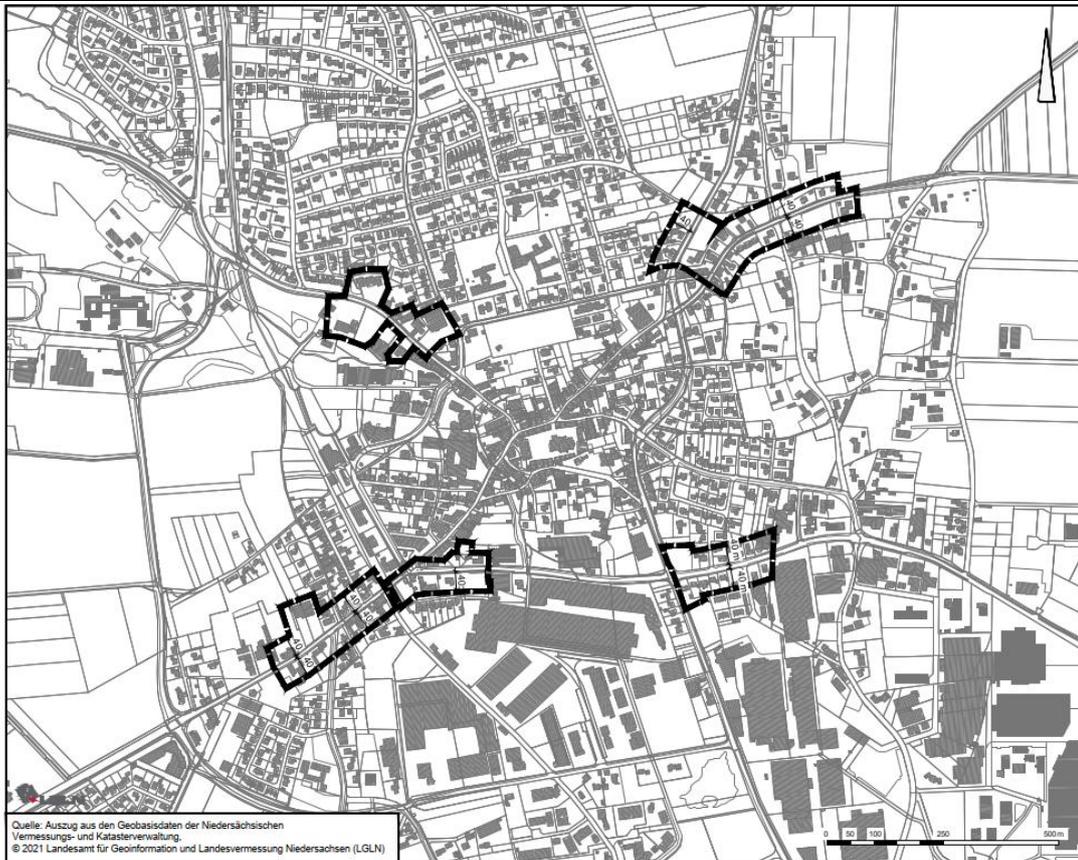


Stadt Damme

Landkreis Vechta



Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen für die Haupt- und Zufahrtsstraßen



Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung.
© 2021 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Begründung

Vorentwurf

April 2023

NWP Planungsgesellschaft mbH

Escherweg 1
26121 Oldenburg

Telefon 0441 97174 -0
Telefax 0441 97174 -73

Gesellschaft für räumliche
Planung und Forschung

Postfach 3867
26028 Oldenburg

E-Mail info@nwp-ol.de
Internet www.nwp-ol.de



Inhaltsverzeichnis

1.	Planungsanlass	1
2.	Rechtliche Grundlagen	1
3.	Definition und Zulässigkeit von Werbeanlagen	2
4.	Bestandsanalyse und räumlicher Geltungsbereich	4
5.	Kommunale Planungsrahmenbedingungen	8
6.1	Flächennutzungsplan	8
6.2	Bebauungspläne	9
7.	Ziel der vorliegenden Planung	10
8.	Beteiligungsverfahren	12
8.1	Frühzeitige Beteiligungen gemäß § 3 Abs. 1 und § 4 Abs. 1 BauGB	12
8.2	Beteiligungen gemäß § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 BauGB.....	12
9.	Relevante abwägungsbelange / Auswirkungen der Planung	12
9.1	Private Belange	12
9.2	Bestandsschutz	13
10.	Inhalte der Satzung.....	13
§ 1	Räumlicher Geltungsbereich	13
§ 2	Sachlicher Geltungsbereich.....	13
§ 3	Begriffsdefinitionen.....	13
§ 4	Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen	14
§ 5	Fassadenwerbung.....	16
§ 5.1	Werbeanlagen an Fassaden	16
§ 5.2	Ausleger	21
§ 6	Freistehende Werbeanlagen	23
§ 7	Hinweise.....	26
11.	Zusammenfassende Erklärung	26
12.	Verfahrensvermerke	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kreuzung Wiesenstraße / Hunteburger Straße	6
Abbildung 2: Wiesenstraße 16 – 22.....	6
Abbildung 5: Vördener Straße	6
Abbildung 6: Vördener Straße	6
Abbildung 7: Vördener Straße	6
Abbildung 8: Vördener Straße	6
Abbildung 11: Vördener Straße	7
Abbildung 10: Vördener Straße	7
Abbildung 12: Mühlenstraße 36.....	7
Abbildung 13: Mühlenstraße 30.....	7
Abbildung 14: Lembrucher Straße 15.....	7
Abbildung 15: Lembrucher Straße 18 – 22a	7
Abbildung 16: Überlagerung des Geltungsbereiches mit dem Flächennutzungsplan der Stadt Damme.....	8
Abbildung 17: Überlagerung der Geltungsbereiche mit den bestehenden Bebauungsplänen und dessen Art der baulichen Nutzung.....	9
Abbildung 18: Schematische Darstellung des Symmetriegebotes	17
Abbildung 19: Schematische Darstellung des Fluchtbezugsgebotes	18
Abbildung 20: Schematische Darstellung der Regelungen zur Fassadenwerbung gemäß § 5.1 dieser Satzung.....	21
Abbildung 21: Skizze zur Veranschaulichung der Regelungen für die Ausleger	23
Abbildung 22: Schematische Darstellung der zulässigen freistehenden Werbeanlagen	24
Abbildung 8: Schematische Darstellung mit Regelungen für Fahnenmasten	26
Abbildung 9: Schematische Darstellung mit Regelungen für Pylonen / Stelen / Hinweisschilder / Schaukästen	26

Anmerkung: Zur besseren Lesbarkeit wurde im folgenden Text das generische Maskulinum gewählt, mit den Ausführungen werden jedoch alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

1. PLANUNGSANLASS

In den vergangenen Jahren hatte die Stadt Damme eine vermehrte Anzahl an Bauanträgen für Werbeanlagen zu verzeichnen. Dabei wurden insbesondere Bauanträge für großflächige Werbetafeln, sog. „Eurowerbetafeln“ mit einer Fläche von ca. 3,80 m x 2,70 m (= ca. 10 m²) gestellt. Aufgrund der Großflächigkeit wird diese Art der Werbeanlage oftmals für Fremdwerbung (z.B. Markenartikel, keine Werbung an der Stätte der Leistung durch hiesige Gewerbetreibende) in Anspruch genommen. Insbesondere die Großflächigkeit dieses Werbeanlagentypen übt einen Einfluss auf das Orts- und Stadtbild aus, die Werbetafeln sind oft in Bezug auf die Fassadenfläche unmaßstäblich. Insbesondere, wenn die Werbeanlage in übermäßiger Intensität und/oder am falschen Standort errichtet wird, werden nicht zuletzt ebenso die schutzwürdigen Interessen anderer unzumutbar beeinträchtigt. Die Errichtung von freistehenden Werbeanlagen im Euroformat führt aufgrund der Häufung der Anzahl sowie der Missachtung der Kleinteiligkeit der Bebauung zu Stadtbildunverträglichkeiten. Aber auch Werbeanlagen an der Stätte der Leistung fallen im Stadt- und Straßenbild negativ auf, wenn sie aus Gründen der Werbewirksamkeit überdimensioniert sind und die Fassaden der Gebäude inklusive ihrer Gliederungselemente und Öffnungen überformen. Die Steuerung dieser großflächigen Werbetafeln erfährt hierdurch eine städtebauliche Relevanz.

In der vorliegenden Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen werden die Bereiche an den Haupt- und Zufahrtstraßen (Radialen) betrachtet. Es werden niederschwellige Mindestanforderungen an einen gestalterischen Rahmen der zukünftig zulässigen Werbeanlagen hinsichtlich der Anordnung, Größe, Maße usw. definiert. Vorhandene genehmigte bzw. genehmigungsfreie Werbeanlagen genießen Bestandsschutz.

Die Steuerung von Werbeanlagen ist ebenso im Sinne der Gewerbetreibenden, da eine Vielzahl von unkoordiniert errichteten Werbeanlagen einen negativen Einfluss auf das Stadt-, Orts- und Siedlungsbild ausüben kann. Hieraus kann ebenso die Wahrnehmung des jeweiligen Gewerbebetriebes beeinflusst werden.

Aus den o.g. Gründen sollen nunmehr mittels örtlicher Bauvorschriften gem. § 84 Abs. 3 Nr. 2 NBauO gebietsbezogenen Mindestregeln für die Steuerung von Werbeanlagen getroffen bzw. überarbeitet werden, um die vorhandene Baustruktur zu erhalten und zu entwickeln sowie die Entstehung städtebaulich störender Nutzungen, wie z.B. der großformatigen Werbetafeln zu vermeiden.

2. RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Rechtliche Grundlagen der Werbeanlagensatzung sind u.a. das Baugesetzbuch (BauGB), die Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke (BauNVO), das Niedersächsische Kommunalverfassungsgesetz (NKomVG) und die Niedersächsische Bauordnung (NBauO), jeweils in der zurzeit geltenden Fassung.

Gemeinden können gemäß § 84 Abs. 3 Nr. 2 NBauO durch Örtliche Bauvorschrift für bestimmte Teile des Gemeindegebietes unter anderem besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung oder Einordnung von Werbeanlagen stellen, sie insbesondere auf bestimmte Gebäudeteile, auf bestimmte Arten, Größen, Formen und Farben beschränken oder in bestimmten Gebieten oder an bestimmten baulichen Anlagen ausschließen, um so bestimmte städtebauliche oder baugestalterische Absichten zu verwirklichen oder um die Eigenart oder den Eindruck von Baudenkmalen zu erhalten oder hervorzuheben. Dabei ist jedoch gleichzeitig zu beachten, dass der Ausschluss jeglicher Fremdwerbung in

festgesetzten oder faktischen Mischgebieten (§ 6 BauNVO) oder Kerngebieten (§ 7 BauNVO) planungsrechtlich unzulässig ist.

Örtliche Bauvorschriften nach § 84 Abs. 3 Nr. 2 NBauO werden als Satzung im übertragenen Wirkungskreis erlassen. Demgemäß haben die Gemeinden bei der Ausübung dieser Satzungsgewalt auch fachliche Weisungen durch die zuständige Fachaufsichtsbehörde (hier = Landkreis Vechta) einzuhalten. Die Vorschriften für das Verfahren bei der Aufstellung von Bebauungsplänen gelten einschließlich der Vorschriften über die Veränderungssperre, die Zurückstellung von Baugesuchen und die Folgen von Verfahrensmängeln entsprechend (§ 84 Abs. 4 NBauO).

Örtliche Bauvorschriften sind öffentliches Baurecht im Sinne von § 2 Abs. 17 NBauO und dementsprechend von allen verantwortlichen Personen sowie der Bauaufsichtsbehörde zu beachten. Die Bauaufsichtsbehörde kann jedoch – auch ohne Einvernehmen der Gemeinde – Abweichungen (§ 66 NBauO) zulassen.

Örtliche Bauvorschriften müssen mit einer Begründung sowie einer kurzen zusammenfassenden Erklärung versehen werden und die besondere gesetzliche Ermächtigungsgrundlage (§ 84 Abs. 3 NBauO) angeben. Weiter müssen sie wie jede Satzung vom Rat nach den einschlägigen kommunalrechtlichen Verfahrensvorschriften beschlossen und nach Satzungsbeschluss vom Bürgermeister unter Angabe des Datums der Unterschrift unterschrieben (Ausfertigung) und nach Maßgabe der Hauptsatzung verkündet werden.

3. DEFINITION UND ZULÄSSIGKEIT VON WERBEANLAGEN

Als Werbeanlagen gelten gemäß § 50 Absatz 1 NBauO alle örtlich gebundenen Einrichtungen, welche der Ankündigung, der Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und von allgemein zugänglichen Verkehrs- oder Grünflächen aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung an bestimmten Säulen, Tafeln und Flächen.

Unterscheiden lassen sich Werbeanlagen nach dem Ort der Anbringung und Positionierung. Zum einen an Gebäudefassaden, vor allem in Form von Flachtransparenten sowie Auslegern und Schriftzügen an Fenstern und Türen. Zum anderen auf Freiflächen vorrangig als Hinweisschild, Schaukasten, Pylone, Stelen und Fahnenmasten.

Definitiv unterscheiden lassen sich Werbeanlagen weiterhin nach Fremdwerbung und Eigenwerbung. Fremdwerbung ist in diesem Sinne Produktwerbung z. B. an Litfaßsäulen oder Plakatwerbung an Hauswänden. Eigenwerbung findet dabei an der Stätte der Leistung, also an dem Gebäude oder auf dem Grundstück des Geschäfts bzw. des Gewerbebetriebs, statt.

Gemäß § 50 Abs. 2 NBauO darf von Werbeanlagen keine erhebliche Belästigung durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke und Betriebsweise ausgehen.

Im planungsrechtlichen Außenbereich sind Werbeanlagen grundsätzlich unzulässig und dürfen auch nicht erheblich in den Außenbereich hineinwirken. Ausgenommen hiervon sind nach § 50 Abs. 3 NBauO

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung,

- 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 (Hinweisschilder),
- 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 (Hinweisschilder),
- 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,
- Werbeanlagen an und auf Flugplätzen, Sportanlagen und auf abgegrenzten Versammlungsstätten, soweit die Werbeanlagen nicht erheblich in den übrigen Außenbereich hineinwirken,
- Werbeanlagen auf Ausstellungs- und Messegeländen.

In Kleinsiedlungsgebieten, reinen Wohngebieten, allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten und Wochenendhausgebieten sowie in Gebieten, die nach ihrer vorhandenen Bebauung den genannten Baugebieten entsprechen, sind gemäß § 50 Abs. 4 NBauO nur zulässig:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung und
- Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen.

Für Werbeanlagen in Misch-, Kern- und Gewerbegebieten sind in der NBauO keine gesetzlichen Einschränkungen vorgesehen.

Die Darstellungen des Geltungsbereiches im Flächennutzungsplan kann dem Kapitel 4.1.1 zu entnehmen.

In bauleitplanerisch als Mischgebiet (MI; § 6 BauNVO) festgesetzten Gebieten sind sowohl Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, als auch Werbeanlagen zum Zwecke der Fremdwerbung zulässig. Denn Werbeanlagen stellen planungsrechtlich eine das Wohnen nicht wesentlich störende gewerbliche Nutzung dar und sind somit in Mischgebieten allgemein zulässig. Es besteht innerhalb festgesetzter Mischgebiete (gem. § 30 BauGB) und innerhalb eines unbeplanten im Zusammenhang bebauten Ortsteil (gem. § 34 BauGB), welcher bauordnungsrechtlich als faktisches Mischgebiet betrachtet wird, ein Anrecht auf Baugenehmigung, wenn die Werbeanlage nicht anderen Anforderungen des Bauordnungsrechts entgegensteht.

Nach § 60 Abs. 1 NBauO sind Werbeanlagen mit nicht mehr als 1 m² Ansichtsfläche grundsätzlich genehmigungsfrei. Jedoch können auch genehmigungsfreie Anlagen, z. B. Hinweisschilder, eine beeinträchtigende Wirkung haben und fallen aus diesem Grund in die Regelungen dieser Satzung.

4. BESTANDSANALYSE UND RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

Der Geltungsbereich der vorliegenden Werbeanlagensatzung umfasst Bereiche der Radialen (Haupt- und Zufahrtsstraßen). Die vorliegende Örtliche Bauvorschrift basiert auf einer Analyse der Bestandssituation. Hierbei wurde die städtebauliche Situation mit ihrer Bebauungsstruktur, den Nutzungen und den dazugehörigen Werbeanlagen im Geltungsbereich der Satzung sowie in dessen unmittelbaren Umgebung photographisch aufgenommen, kartographisch dargelegt und analysiert. Die Bestandsaufnahme fand in der ersten Jahreshälfte von 2022 statt.

In dem Geltungsbereich der vorliegenden Satzung befinden sich entlang der Radialen noch städtebauliche Strukturen und Nutzungsformen mit einem Schutzanspruch. Insgesamt ließ sich bei der Bestandsaufnahme der Radialen jedoch feststellen, dass Teilbereiche aufgrund der bereits teilweise stattgefundenen Überformung der Gebäudefassaden durch vorhandene Werbeanlagen aus städtebaulicher Sicht nicht mehr als schützenswert eingestuft werden können. Diese Bereiche, in denen bereits eine Überformung oder eine starke Häufung von Werbeanlagen stattgefunden hat, sind nicht Bestandteil der vorliegenden Werbeanlagensatzung. Hierbei handelt es sich insbesondere um Bereiche an der Wiesenstraße, die aufgrund von Autohäusern, Baumärkten und Lebensmitteleinzelhändlern durch die Häufung von Werbeanlagen und einem heterogenen Stadtbild keinen Schutzanspruch aufweisen. In einigen Bereichen der Radialen ist jedoch trotz bestehender Gewerbebetriebe noch ein homogenes Stadtbild vorhanden. Aufgrund der erhöhten Wirkung von Werbeanlagen besteht für Gewerbetreibende ein werbewirtschaftlich besonders großes Interesse an der Errichtung einer Werbeanlage.

Nach Analyse der Bestandsaufnahme lassen sich an den Radialen fünf Teilbereiche festlegen, in denen ein Schutzanspruch geltend gemacht werden kann. Der Geltungsbereich umfasst somit die folgenden Teilbereiche:

- Teile der Vördener Straße
- Teile der Wiesenstraße
- Teile der Lembrucher Straße
- Teile der Steinfelder Straße
- Teile der Mühlenstraße

Die genaue Abgrenzung des Geltungsbereiches ist der beigefügten Karte zu entnehmen.

An der *Vördener Straße* befinden sich neben Wohngebäuden ebenso eine Tankstelle, gastronomische Einrichtungen, ein Lebensmitteldiscounter, ein Holzverarbeitungsbetrieb, eine Autowaschanlage sowie Kleingewerbe, welche Werbeanlagen besitzen.

An der *Wiesenstraße* befinden sich in dem abgegrenzten Geltungsbereich Einfamilien- sowie Mehrfamilienhäuser, welche wohnbaulich genutzt werden. Auf der Ecke Wiesenstraße / Hunteburger Straße ist eine eingezäunte Parkplatzfläche vorhanden. Mitunter befinden sich an dem Zaun bereits Werbeanlagen in Form von Plakatierungen.

An der *Lembrucher Straße* befinden sich überwiegend Wohngebäude sowie eine Kfz-Werkstatt, dessen Sitz sich von der Steinfelder Straße bis zur Lembrucher Straße erstreckt.

Die *Steinfelder Straße* ist überwiegend durch Wohngebäude geprägt. Weiterhin befinden sich neben gastronomischen Betrieben ebenso Autohändler und Kfz-Werkstätten an der Steinfelder Straße.

Entlang der *Mühlenstraße* sind große Gebäudekomplexe mit gewerblicher Nutzung, darunter mehrere Einzelhändler sowie eine Tankstelle, vorhanden.

Im Geltungsbereich der vorliegenden Werbeanlagensatzung für die Radialen befinden sich keine Denkmäler.



Abbildung 1: Kreuzung Wiesenstraße / Hunteburger Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 2: Wiesenstraße 16 – 22, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 3: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 4: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 5: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 6: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 7: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 8: Vördener Straße, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 9: Mühlenstraße 36, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 10: Mühlenstraße 30, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 11: Lembrucher Straße 15, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 12: Lembrucher Straße 18 – 22a, Quelle: eigene Darstellung

5. KOMMUNALE PLANUNGSRAHMENBEDINGUNGEN

5.1 Flächennutzungsplan

Die Flächen des Geltungsbereiches der vorliegenden Werbeanlagensatzung für die Radialen wird im Flächennutzungsplan überwiegend als gemischte Bauflächen dargestellt. Lediglich ein Teilbereich an der Kreuzung Wiesenstraße / Hunteburger Straße ist als Sonstiges Sondergebiet dargestellt. Ein Teilbereich an der Wiesenstraße wird zudem als Gemeinbedarfsfläche mit der Zweckbestimmung „gesundheitlichen Zwecken dienende Gebäude und Einrichtungen“ dargestellt.

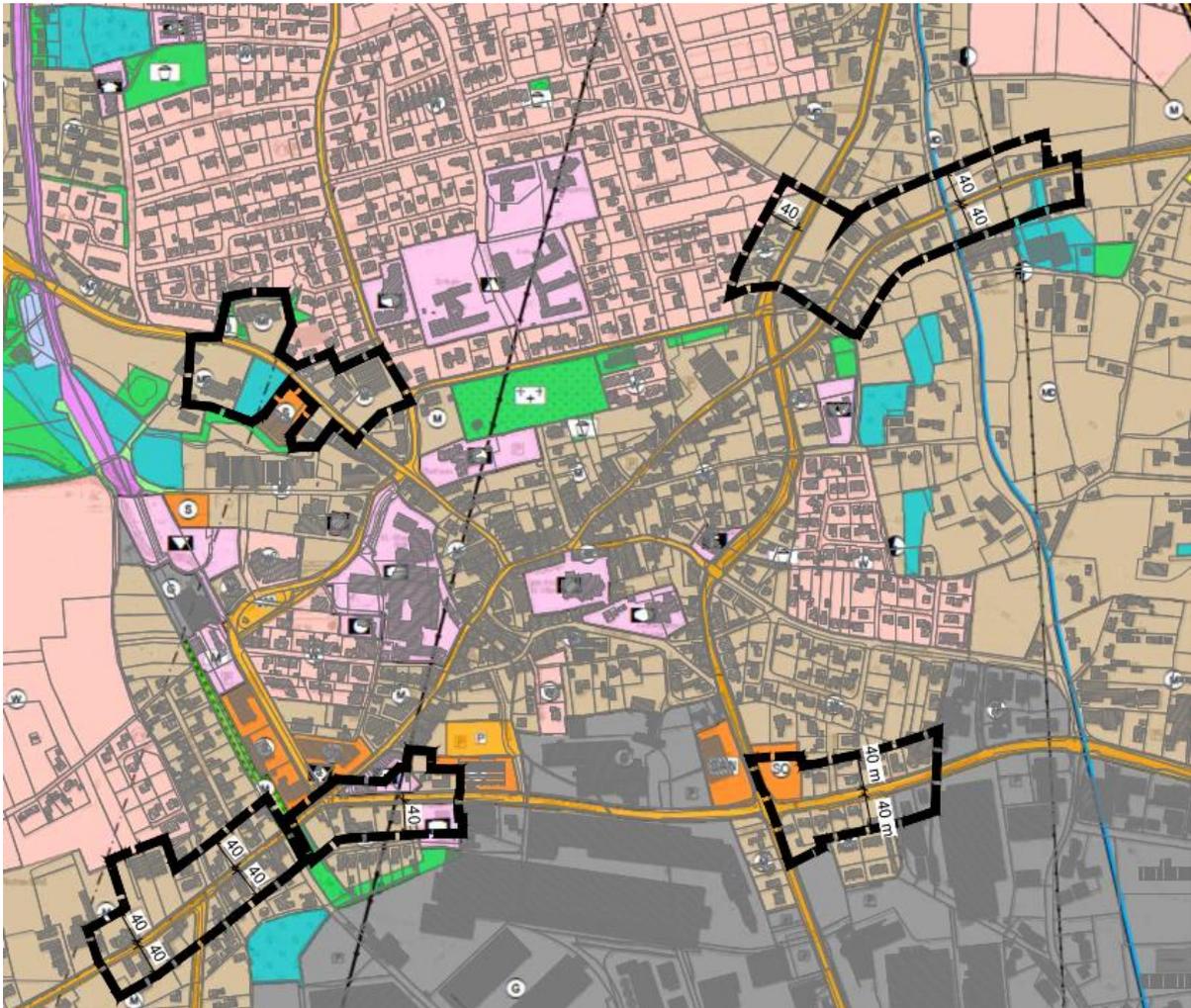


Abbildung 13: Überlagerung des Geltungsbereiches mit dem Flächennutzungsplan der Stadt Damme, Quelle: eigene Darstellung

5.2 Bebauungspläne

Im Geltungsbereich der vorliegenden Werbeanlagensatzung für die Radialen gelten die folgenden Bebauungspläne:

- Bebauungsplan Nr. 17 „Die kleinen Zuschläge“, rechtskräftig seit dem 28.09.1968, inklusive der 1. Änderung, rechtskräftig seit dem 8.6.1990
- Bebauungsplan Nr. 38 „Steinbrink IV“, Neuaufstellung, rechtskräftig seit dem 19.05.2017
- Bebauungsplan Nr. 89 „Reselager Straße Ostseite“, Neuaufstellung, rechtskräftig seit dem 26.02.2020
- Bebauungsplan Nr. 101 „Hunteburger Straße / Wiesenstraße“, rechtskräftig seit dem 15.07.1994
- Bebauungsplan Nr. 108 „Nördlich der Mühlenstraße“, rechtskräftig seit dem 06.11.1997, inklusive seiner 2. Änderung, rechtskräftig seit dem 21.11.2015
- Bebauungsplan Nr. 132 „Vördener Straße“, Neuaufstellung, rechtskräftig seit dem 15.01.2022

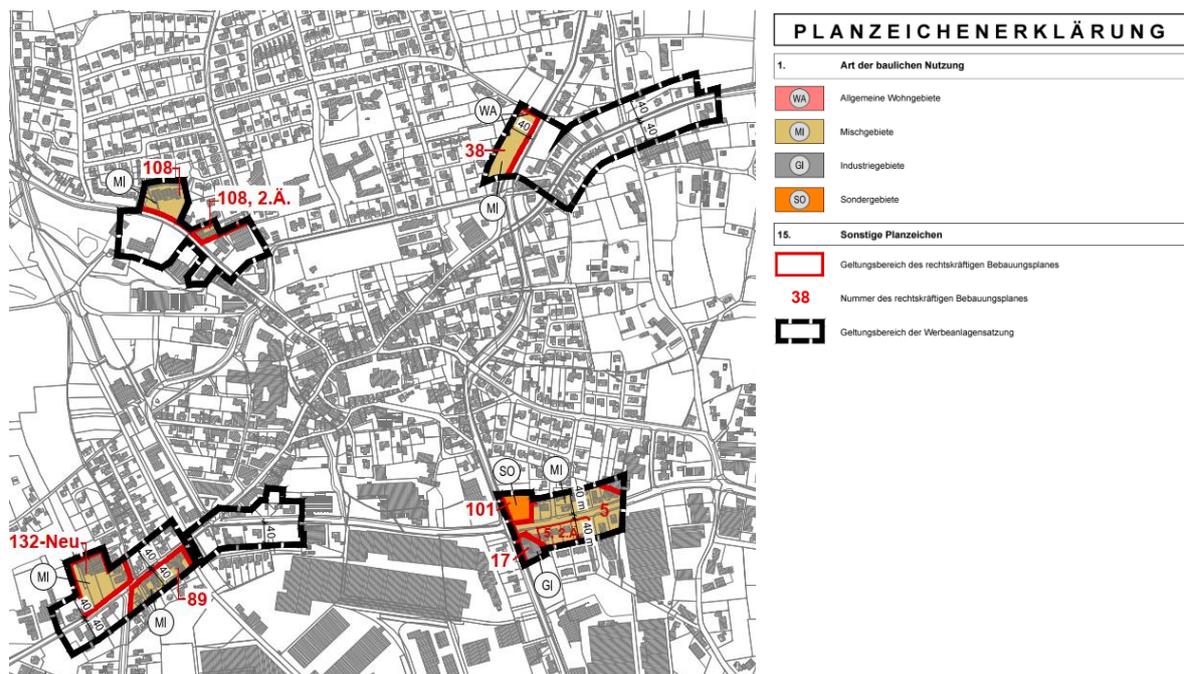


Abbildung 14: Überlagerung der Geltungsbereiche mit den bestehenden Bebauungsplänen und dessen Art der baulichen Nutzung, Quelle: eigene Darstellung

Die Art der baulichen Nutzung, die Festsetzungen zum Ausschluss von nicht störenden Gewerbebetrieben oder vorhandene örtliche Bauvorschriften zu Werbeanlagen können der nachstehenden Übersicht entnommen werden.

Bebauungsplan Nr.	Art der baulichen Nutzung	Festsetzungen zum Ausschluss nicht störender Gewerbebetriebe	Örtliche Bauvorschriften zu Werbeanlagen
Nr. 17	Industriegebiet	keine	keine
Nr. 38	Mischgebiet (MI)	keine	keine
	Allgemeines Wohngebiet (WA)		
Nr. 89	Mischgebiet (MI)	keine	keine
Nr. 101	SO „Großflächiger Einzelhandelsbetrieb Möbelmarkt“	keine	keine
Nr. 108	Mischgebiet (MI)	keine	keine
Nr. 132	Mischgebiet (MI)	keine	keine

Neben mehreren Mischgebieten (MI) wird in den Bebauungsplänen innerhalb der Geltungsbereiche für die vorliegende Werbeanlagensatzung ebenso ein Sonstiges Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandelsbetrieb Möbelmarkt“ sowie in Teilbereichen Allgemeine Wohngebiete (WA) festgesetzt. In keinem der geltenden Bebauungspläne werden Festsetzungen zum Ausschluss von nicht störenden Gewerbebetrieben getroffen oder örtliche Bauvorschriften zu Werbeanlagen vorgeschrieben, sodass die Werbeanlagen gemäß der Bauordnung in den jeweiligen Gebietstypen zulässig sind (vgl. Kapitel 3).

6. ZIEL DER VORLIEGENDEN PLANUNG

Die vorliegende Satzung umfasst den Geltungsbereich der Radialen.

Der Erhalt des Orts- und Straßenbildes durch eine einheitliche Gestaltung der Werbeanlagen gehört zu dem primären Ziel der vorliegenden Werbeanlagensatzung, denn Werbeanlagen üben einen großen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild aus. Dieses hat wiederum Einfluss auf die Wahrnehmung der Anwohner und der Bürger der Stadt Damme. Selbes gilt für die Wahrnehmung der Auswärtigen, welche durch das Stadtgebiet fahren. Das Orts- und Straßenbild der Radialen ist größtenteils durch kleinteilige Bebauung mit Grünstrukturen geprägt. Vereinzelt befinden sich ältere, schützenswerte Gebäude im Geltungsbereich. Innerhalb des Geltungsbereiches besteht somit ein Schutzanspruch.

Das Orts- und Straßenbild wird neben der baulichen Struktur des Gebäudes ebenso durch Werbung beeinflusst. Dies geschieht insbesondere in den Bereichen, in denen sich die Anzahl der Werbung häuft. Die Stadt Damme ist im Regionalen Raumordnungsprogramm des Landkreises Vechta von 2021 als Grundzentrum mit mittelzentralen Teilfunktionen, insbesondere im Bereich des aperiodischen Einzelhandels, ausgewiesen. Dabei findet insbesondere im Stadtkern die Versorgungsfunktion Anwendung. Die Radialen üben hierbei jedoch einen wesentlichen Schwerpunkt auf die Wahrnehmung des Orts- und Straßenbildes mit aus. Um das Orts- und Straßenbild zu erhalten, zu stärken und positiv zu gestalten,

möchte die Stadt Damme auch in den Bereichen der Radialen, in denen noch ein Schutzanspruch besteht, einheitliche und verständliche Regelungen für die Gestaltung von Außenwerbeanlagen treffen. Daher stellt die Stadt Damme die vorliegende Werbeanlagensatzung für die Radialen auf.

Der räumliche Geltungsbereich beinhaltet die Mühlenstraße, die Steinfelder Straße, die Lembrucher Straße, die Wiesenstraße sowie die Vördener Straße. Dabei umfasst er mit Ausnahme von Teilen an der Mühlenstraße einen beidseitig 40 m breiten Geltungsbereich entlang der Straßen. In der genannten Ausnahme befinden sich auch im hinteren Grundstücksbereich Werbeanlagen. Um diese mit der vorliegenden Satzung ebenso zu regeln, wird hier bewusst jeweils das gesamte Flurstück mit aufgenommen. Hierdurch werden ebenso Werbeanlagen erfasst, welche sich nicht direkt an der Straßenseite befinden.

Die Werbeanlagensatzung für die Radialen ist sowohl im Interesse der Stadt, als auch der Gewerbetreibenden im Geltungsbereich. Durch eine präzise Steuerung von Werbeanlagen wird die Errichtung einer Vielzahl von unkoordiniert errichteten Werbeanlagen ausgeschlossen. Somit wird ein negativer Effekt auf das Orts- und Straßenbild und folglich auch auf die Wahrnehmung der Geschäftsbereiche verhindert.

Insbesondere in der letzten Vergangenheit entstanden in dem Stadtgebiet Werbeanlagen, welche sich aufgrund ihrer Größe, ihres Formates sowie ihrer Anzahl nicht in das ländlich und durch kleinteilige Strukturen geprägte Orts- und Straßenbild der Stadt Damme einfügen. Die Errichtung dieser großflächigen Werbeanlagen möchte die Stadt Damme allerdings steuern und verhindern, um einen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild zu vermeiden. Durch die in der vorliegenden Satzung vorgeschriebenen örtlichen Bauvorschriften sollen sich Werbeanlagen zukünftig in den bebauten Bereichen besser einfügen, ein harmonisches Orts- und Straßenbild soll erzielt werden. Dabei ist die Einschränkung der Gewerbetreibenden nicht das Ziel der vorliegenden Satzung, vielmehr soll den Gewerbetreibenden ein klarer Rahmen zur Gestaltung ihrer Werbeanlagen geboten werden.

Somit ist die Steuerung von Werbeanlagen im Hinblick auf die allgemeine Zulässigkeit, die Konkretisierung des Werbeanlagentypen, der Größe und Anordnung an und in der Fassade Ziel der vorliegenden Werbeanlagensatzung. Es soll sichergestellt werden, dass durch Werbeanlagen keine negative Auswirkung auf den Verkehr entsteht. Ebenso sollen störende Werbeanlagen in den Straßen- und Stadtraum ebenso vermieden werden. Außerdem sollen negative Auswirkungen auf die Baustruktur vermieden werden, welche wiederum einen wahrnehmbaren Einfluss auf den Stadtraum hat.

Die Beeinträchtigung des Orts- und Straßenbildes ist einerseits durch eine Häufung von Werbeanlagen im Straßenrandbereich (z. B. die Einfassung des Grundstücks durch Fahnenwerbung), andererseits aber auch durch die Größe der Werbeanlagen (z. B. durch großflächige Plakate an Hauswänden und Werbepylonen) gegeben. Weiterhin können mit Werbeanlagen überladene Gebäudefassaden das Orts- und Straßenbild stören.

Eine Häufung von Werbeanlagen ist vor allem in dem Bereich an der Mühlenstraße vorzufinden. Hier üben die Werbeanlagen aufgrund ihrer Anzahl, der Diversität und der Überdimensionierung einen enormen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild aus. Die Wahrnehmung des kleinteiligen Stadtbildes wird durch die Werbeanlagen nicht nur für

Einheimische, sondern ebenso für auswärtige Besucher negativ beeinflusst. Zudem kann es zu einer Beeinträchtigung umliegender Wohnnutzungen kommen.

Eine Beeinträchtigung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs ist durch großflächige Werbeanlagen mit wechselndem oder reflektierendem Licht zu erwarten. Nicht nur im fließenden Verkehr, sondern insbesondere im Bereich von Knotenpunkten wie Kreuzungen, kann dies zu einer Ablenkung führen und möglicherweise Gefahrensituationen auslösen. Daher ist ein Ausschluss dieser Anlagen geplant, zumal diese Anlagen auch die o. g. negativen Auswirkungen auf das Stadtbild erzeugen.

Gemäß § 1 Abs. 3 BauGB haben die Gemeinden Bauleitpläne aufzustellen, sobald und soweit es für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich ist. Gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 5 BauGB sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne

- die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Stadtteile sowie die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche,
- die Belange der Baukultur, des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege, die erhaltenswerten Stadtteile, Straßen und Plätze von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung und die Gestaltung des Orts- und Landschaftsbildes

insbesondere zu berücksichtigen.

Die vorliegende Werbeanlagensatzung für die Radialen knüpft an diese Zielsetzungen an und greift steuernd ein. Mit ihr soll sichergestellt werden, dass keine störenden Werbeanlagen in den Straßenraum hineinwirken und das Orts- und Straßenbild negativ beeinflusst wird. Zudem soll die städtebauliche Struktur mit der Werbeanlagensatzung erhalten bleiben bzw. verbessert werden.

7. BETEILIGUNGSVERFAHREN

7.1 Frühzeitige Beteiligungen gemäß § 3 Abs. 1 und § 4 Abs. 1 BauGB

Werden im weiteren Verfahren ergänzt.

7.2 Beteiligungen gemäß § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 BauGB

Werden im weiteren Verfahren ergänzt.

8. RELEVANTE ABWÄGUNGSBELANGE / AUSWIRKUNGEN DER PLANUNG

8.1 Private Belange

Mit der vorliegenden Werbeanlagensatzung an den Haupt- und Zufahrtsstraßen werden die privaten Belange der Grundstückseigentümer und Unternehmen auf Schutz ihres Eigentums in Wert und Vermarktbarkeit dahingehend eingeschränkt, dass die Art und die maximal zulässige Größe der Außenwerbeanlagen von Gewerbe und Geschäften eingeschränkt bzw. vorgegeben werden. Die Stadt Damme gewichtet die Belange der Erhaltung des Orts- und Straßenbildes sowie die Belange der Sicherheit und Leichtigkeit des Straßenverkehrs als

öffentliches Interesse höher als das private Interesse an einer uneingeschränkten Gestaltung von Werbeanlagen.

8.2 Bestandsschutz

Vorhandene genehmigte bzw. genehmigungsfreie Werbeanlagen haben Bestandsschutz. Die Örtliche Bauvorschrift hat eine steuernde Wirkung nur auf die in Zukunft zu errichtenden Werbeanlagen. Bestehende Werbeanlagen, die den Anforderungen der vorliegenden Örtlichen Bauvorschrift nicht genügen, sind bei Änderung oder Erneuerung der vorliegenden Örtlichen Bauvorschrift sowie, falls erforderlich, der Genehmigungslage anzupassen.

9. INHALTE DER SATZUNG

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der Geltungsbereich dieser Satzung ist in dem als Anlage beigefügten Übersichtsplan schwarz umrandet dargestellt. Der Übersichtsplan im Maßstab 1: 5.000 ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

- 1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle Werbeanlagen im Sinne des § 50 NBauO.
- 2) Die Vorschriften dieser Satzung gelten auch für Maßnahmen, die nach Anhang zu § 60 Abs. 1 NBauO Nr. 10.1 (Werbeanlagen kleiner als 1 m²) verfahrensfrei sind.
- 3) Die Anwendung des Niedersächsischen Denkmalschutzgesetzes (NDSchG) bleibt von den Vorschriften dieser Satzung unberührt.
- 4) Der Bestandsschutz zulässigerweise errichteter (genehmigter bzw. bisher genehmigungsfreier) Werbeanlagen bleibt von den Festsetzungen dieser Satzung unberührt.

Begründung:

Da kleine Werbeanlagen unter 1 m² Größe und insbesondere in Kombination mit anderen Werbeanlagen ebenso einen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild ausüben, sind sie Bestandteil der vorliegenden Werbeanlagensatzung.

§ 3 Begriffsdefinitionen

Um die Vorschriften der vorliegenden Werbeanlagensatzung nachvollziehen zu können und um Missverständnisse zu vermeiden, werden nachfolgend die Fachbegriffe der Werbeanlagensatzung kurz definiert.

- a) **Schriftzüge** (Flachtransparente) sind Werbeanlagen in Form eines Schildes, einer Tafel oder Fläche mit einer Beschriftung bzw. Bemalung.
- b) **Ausleger** sind Werbeanlagen in Form eines Schildes, einer Beschriftung bzw. plastischen Form oder einer Tafel und Fläche, die senkrecht in den Luftraum vor der Fassade hineinragen.
- c) **Schaufensterbeklebung** sind Werbeanlagen, die direkt auf der Vorder- oder

Rückseite der Fenster- und Türscheiben bzw. auf Türblättern angebracht sind.

- d) Die **Erdgeschosszone** (Parterre) ist das zu ebener Erde liegende Geschoss eines Gebäudes. Dabei muss das Erdgeschoss nicht exakt auf dem Höhengniveau des Erschließungsweges liegen. Oberer Abschluss der Erdgeschosszone ist die Oberkante der Geschossdecke des Erdgeschosses.
- e) Die **Brüstungszone** des ersten Obergeschosses ist der Bereich der Fassade, der sich zwischen der Erdgeschosszone und der Unterkante der Fensterbrüstung bzw. des Fenstergesims des ersten Obergeschosses befindet.
- f) Die **Stätte der Leistung** ist das Grundstück bzw. Gebäude, auf dem die beworbene bzw. darauf hingewiesene Leistung erbracht wird. Die Stätte der Leistung kann auch im Hinterhof eines Gebäudes oder in einem Ober- oder Kellergeschoss liegen.
- g) Ein **Fahnenmast** ist ein Mast aus Holz, Aluminium, Glasfaser, Kunststoff oder aus Stahl, an dem Fahnen und Flaggen gehisst werden.
- h) Eine **Stele** / ein **Pylon** ist ein hoher, freistehender monolithischer Pfeiler oder eine hohe, freistehende monolithische Tafel.
- i) Ein **Schaukasten** ist ein mit einer durchsichtigen Scheibe versehener freistehender Kasten, in welchem Waren oder Dienstleistungen ausgestellt werden oder darauf hingewiesen wird. Weiterhin kann ein Schaukasten amtlichen Mitteilungen oder der Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, sportliche, politische und ähnliche Veranstaltungen dienen.
- j) Ein **Hinweisschild** / eine **Hinweistafel** ist ein flacher Gegenstand, dessen Beschriftung auf Waren oder Dienstleistungen hinweisen soll oder der amtlichen Mitteilung oder der Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, sportliche, politische und ähnliche Veranstaltungen dienen soll.
- k) Für die vorliegende Werbeanlagensatzung sind die Fassadenseiten der Haupt- und Nebengebäude ausschlaggebend. Bei der Anteilsberechnung der Werbeanlage an der **Fassade** eines Gebäudes wird diese durch die Formel Breite x Höhe der jeweiligen Außenwand, inklusive Wandöffnungen (Fenster, Türen) definiert.
- l) Ein Schriftzug in **Einzelbuchstaben** definiert sich dadurch, dass jeder Buchstabe bzw. jedes Symbol unmittelbar auf der Fassade montiert, aufgedruckt oder aufgemalt ist oder mittelbar auf ein gestellartiges, hinterliegendes Trägersystem montiert ist. Bei Einzelbuchstaben bildet die Umgrenzungslinie aller Buchstaben die Werbeanlage.
- m) Als **Betriebsgrundstück** wird das Grundstück der Stätte der Leistung verstanden. Dabei handelt es sich um ein mindestens durch eine gewerbliche Nutzung geprägtes Grundstück.

§ 4 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

- 1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind ausschließlich als
 - a. **Fassadenwerbung** in Form von Flachwerbung (parallel zur Fassade) und Ausleger (senkrecht zur Fassade), Schaukästen, Schaufensterbeklebung an den Gebäudefronten der Hauptgebäude
 - b. **Freistehende Werbeanlagen** in Form von Fahnenmasten, Stelen und Pylonen sowie Hinweisschilder und Schaukästen

zulässig.

Begründung:

Einheitliche Werbeanlagen sorgen für ein harmonisches und einheitliches Orts- und Straßenbild. Um dieses sicherzustellen, werden in der vorliegenden Werbeanlagensatzung bestimmte Werbeanlagentypen vorgegeben. Somit wird verhindert, dass eine Diversität der Werbeanlagentypen zu einer Überfrachtung und schlussendlich zu einem Einfluss auf das Orts- und Siedlungsbild führt.

- 2) Werbeanlagen nach § 5 und § 6 dieser Satzung müssen sich in Größe, Proportion, Farbe, Gliederung und Lichtwirkung der architektonischen Gestaltung und der Struktur der Fassade unterordnen.

Begründung:

Werbeanlagen haben eine starke Wirkung auf das Orts- und Straßenbild. Ziel der Stadt Damme ist es, das Orts- und Straßenbild zu bewahren. Um dieses Ziel zu erreichen, haben sich die Werbeanlagen hinsichtlich ihrer Größe, Proportion, Farbe, Gliederung und Lichtwirkung in die architektonische Gestaltung und Struktur der Fassade unterzuordnen.

- 3) Werbeanlagen nach § 5 dieser Satzung sind so zu gestalten, dass sie die gestalterische Einheit der Fassade nicht durchbrechen dürfen. Prägende Bauteile wie Fenster, Brüstungsbänder, Rahmungen, Lisenen, Traufkanten, Wandabschlüsse, Geländer, Balkone, Pfeiler und Stützen dürfen von der Werbeanlage nicht überdeckt werden.

Begründung:

Entsprechend ihrer Zweckerfüllung wirken Werbeanlagen in den öffentlichen Raum hinein und beeinflussen das Orts- und Straßenbild. Dieses wird insbesondere durch die vorhandenen Gebäude, samt ihrer Gebäudefassaden, bestimmt. Daher ist bei der Gestaltung der Werbeanlagen mit besonderer Sorgfalt vorzugehen. Ziel dieser örtlichen Bauvorschrift ist es, dass weder das Gebäude, an welchem die Werbeanlage angebracht ist, noch benachbarte Gebäude, durch die Werbeanlage negativ beeinträchtigt werden.

- 4) Bei geschlossener Bauweise dürfen sich die Werbeanlagen höchstens über ein Gebäude erstrecken. Die Werbeanlagen an den Fassaden von aneinander gebauten Gebäuden dürfen nicht zusammengefasst werden.

Begründung:

Der Ausschluss der Erstreckung von Werbeanlagen über mehrere Gebäude wird aus dem Grund getroffen, da sie zu einer städtebaulich störenden Dominanz der Werbung führen und einen erheblichen Einfluss auf die Fassadengliederung sowie das Straßenbild nehmen würde.

- 5) Werbeanlagen an und auf Dachflächen, an Bäumen und Hecken, an Schornsteinen und ähnlich hochragenden Bauteilen sowie an Leitungsmasten, Einfriedungen und Zäunen sind unzulässig.

Begründung:

Werbeanlagen an und auf Dachflächen, an Bäumen und Hecken, an Schornsteinen und ähnlich hochragenden Bauteilen sowie an Leitungsmasten, Einfriedungen und Zäunen sind dem Stadtbild der Stadt Damme sowie der Orientierung nicht dienlich und somit aus gestalterischen Gründen nicht zulässig. Die für Werbeanlagen vorgesehenen Flächen in der Stadt Damme sollen ausschließlich den im Geltungsbereich ansässigen Gewerbetreibenden vorbehalten bleiben.

- 6) Werbeanlagen mit wechselndem und beweglichem Licht sind unzulässig. Lauf-, Wechsel-, Blinkschaltungen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind nicht zulässig.

Begründung:

Mit dem Ausschluss von Werbeanlagen mit wechselndem und beweglichem Licht wird ein negativer Einfluss auf andere Werbeanlagen sowie auf das Straßenbild vermieden. Wechselndes und bewegliches Licht zieht die Aufmerksamkeit des menschlichen Auges besonders an. Hiermit wird vermieden, dass andere Werbeanlagen hinsichtlich ihrer Wirkung hintenangestellt werden.

- 7) Werbeanlagen dürfen keine reflektierenden Flächen und Leuchtfarben besitzen.

Begründung:

Leuchtfarben und reflektierende Farben/Flächen sind in ihrer Wirkung besonders auffällig, sodass sie mit hoher Wahrscheinlichkeit mit oder ohne Beleuchtung ein Gebäude sowie einen Straßenabschnitt dominieren würden. Daher werden sie aus gestalterischen Gründen ausgeschlossen.

- 8) Von Werbeanlagen darf keine akustische Wirkung ausgehen.

Begründung:

Auf den Menschen wirkt eine Dauerbeschallung sowie jegliche, auf Werbewirkung abzielende Geräuschentwicklung im Regelfall nach einiger Zeit als Belästigung. Um dieses Gefühl zu verhindern und eine Wohnföhlatmosphäre zu erschaffen, wird eine akustische Wirkung ausgeschlossen.

- 9) Be- und hinterleuchtete Werbeanlagen sind nur als Einzelbuchstaben zulässig. LED-Bildschirme sind nicht zulässig.

Begründung:

Eine dezente Be- und Hinterleuchtung von Werbeanlagen belebt das Stadtbild und wirkt sich positiv aus. Um die Beleuchtung und das Hinterleuchten jedoch so dezent wie möglich zu halten, ohne dabei Vorgaben zu der Leuchtkraft zu machen, sind be- und hinterleuchtete Werbeanlagen nur als Einzelbuchstaben zulässig.

§ 5 Fassadenwerbung

§ 5.1 Werbeanlagen an Fassaden

- 1) Werbeanlagen an Fassaden der Gebäude dürfen entweder als Flachtransparent (Schriftzug), als Einzelbuchstaben oder als Schaufensterbeklebung errichtet werden. Die Flachtransparente und Einzelbuchstaben dürfen sowohl an der Fassade des Gebäudes, als auch an vorhandenen Vordächern angebracht werden.

Begründung:

Die genaue Art der Werbeanlage wird in dieser Satzung definiert und vorgeschrieben, um ein insgesamt einheitliches Bild in der Stadt Damme sicherzustellen und das Anbringen von zu vielen Werbeanlagentypen zu vermeiden. Bei den genannten Werbeanlagentypen handelt es sich um die klassischen Werbeanlagen, mit denen jeder Gewerbetreibende werben kann.

- 2) Werbeanlagen an der Fassade und den Vordächern (Flachtransparent, Einzelbuchstaben) müssen ein Symmetriegebot oder ein Fluchtbezugsgebot einhalten.
- Unter dem Symmetriegebot ist eine symmetrische Anordnung der Werbeanlage zur Mitte der Wandöffnung (vertikal und horizontal) gemeint.
 - Das Fluchtbezugsgebot schreibt vor, dass die Werbeanlage einen Bezug zu

den Fluchten an der Fassade (Fassadenöffnungen) herstellen muss.

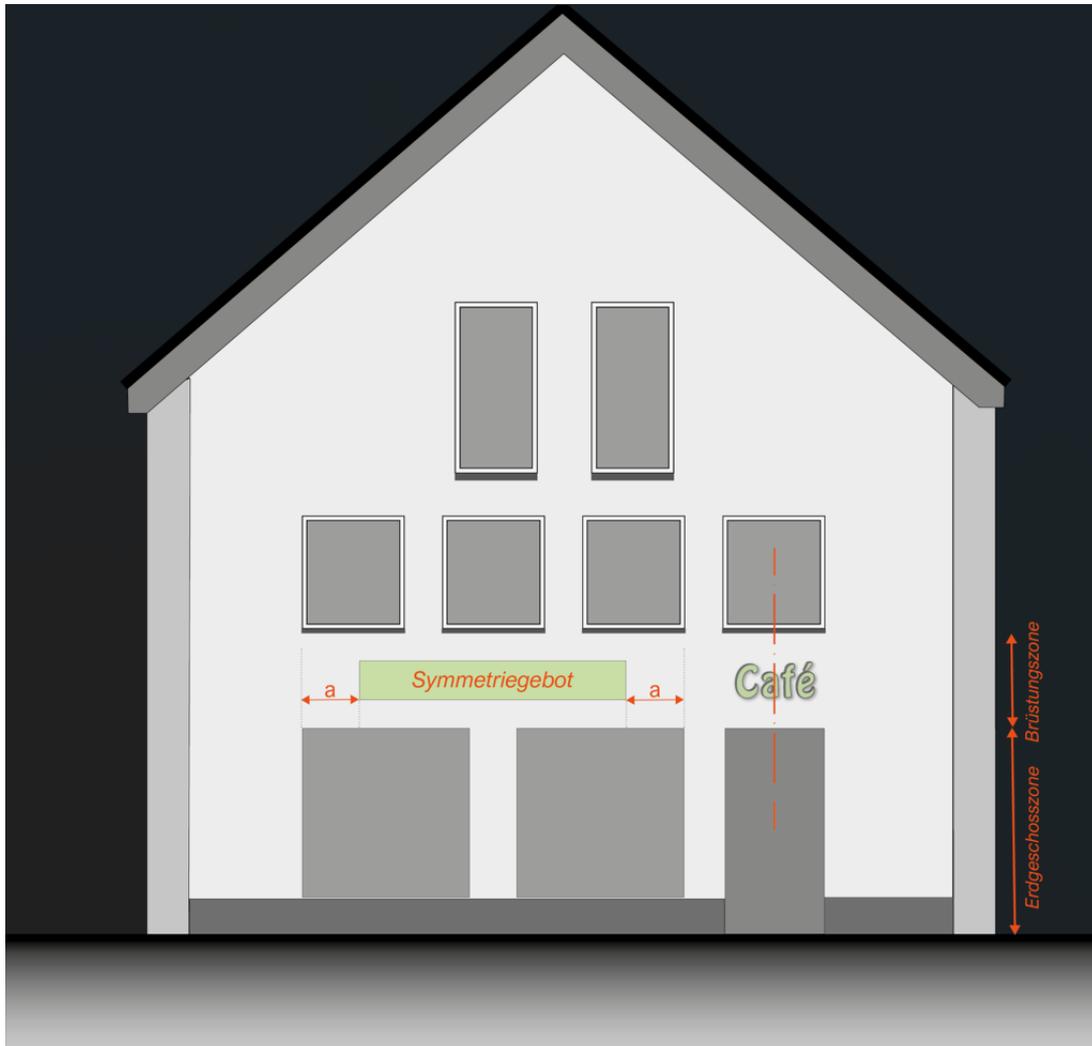


Abbildung 15: Schematische Darstellung des Symmetriegebotes, Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 16: Schematische Darstellung des Fluchtbezugsgebotes, Quelle: eigene Darstellung

Begründung:

Die Wirkung einer Werbeanlage geht mit ihrer gestalterischen Prägnanz einher. Die Fassadengliederung wird i.d.R. durch Öffnungen wie Fenster oder Türen bestimmt. Die Orientierung von Werbeanlagen an der Fassadengliederung sorgt dafür, dass sich die Werbeanlagen der Fassade des Gebäudes unterordnen und verhindert somit die Entstehung einer überdimensionalen Werbeanlage. Die Werbeanlagen sind symmetrisch über der jeweiligen Mitte der Wandöffnung (Fenster oder Tür) anzuordnen. Der seitliche Abschluss der Werbeanlage muss nicht mit der Fassadenöffnung enden. Sofern sich die Werbeanlage über mehrere Fassadenöffnungen erstrecken sollte, hat sie sich mit ihrem seitlichen Abschluss an die vertikale Flucht der Fassadenöffnungen zu orientieren.

- 3) Werbeanlagen an Fassaden gemäß der Definition in § 5.1.1 der Satzung sind in der Erdgeschosszone, der Brüstungszone des ersten Obergeschosses sowie oberhalb der Brüstungszone des ersten Obergeschosses zulässig. Sofern Werbeanlagen an Fassaden oberhalb der Brüstungszone des ersten Obergeschosses errichtet werden, sind diese jedoch nur als Einzelbuchstaben zulässig. Die weiteren Vorschriften dieser

Satzung sind zu beachten.

Begründung:

In dem Geltungsbereich der vorliegenden Werbeanlagensatzung sind die Gebäude mit einer gewerblichen Nutzung überwiegend durch eine gewerbliche Nutzung in den Erdgeschossen gekennzeichnet. Um eine Überfrachtung der Fassade zu verhindern und die Wirkung der Werbeanlage zu steuern, sind Werbeanlagen an Fassaden in der Erdgeschosszone, der Brüstungszone sowie oberhalb der Brüstungszone zulässig.

Einzelbuchstaben sind gestalterisch besonders wertvolle Elemente. Sie wirken zumeist zurückhaltend und dezent als flächige Werbeanlage. Die Zulässigkeit oberhalb der Brüstungszone des ersten Obergeschosses soll einen Anreiz darstellen, die gestalterisch wertvolle und hochwertige Werbeanlage zu verwenden.

- 4) Die Werbeanlage an der Fassade (Flachtransparent, Einzelbuchstabe) darf maximal 20 cm, gemessen von der Fassade oder dem Vordach, in den Luftraum ragen.

Begründung:

Mit den Werbeanlagen an Fassaden wird am häufigsten geworben. Durch die Lagebeschränkung von Flachtransparenten auf die Erdgeschoss- bzw. Brüstungshöhe des ersten Obergeschosses (Einzelbuchstaben sind auch oberhalb der Brüstungszone des ersten Obergeschosses zulässig) geht von Werbeanlagen an Fassaden eine große Wirkung aus. Damit sie vom seitlichen Betrachtungswinkel dem Gebäude bzw. der Fassade untergeordnet wirken, wird die Auskrägung auf maximal 20 cm begrenzt.

- 5) Bei einer horizontalen Ausrichtung der Werbeanlage an der Fassade oder dem Vordach (Flachtransparent, Einzelbuchstabe) darf die jeweilige Werbeanlage in ihrer Höhe das Maß von 0,50 m nicht überschreiten.

Begründung:

Überdimensionale Werbeanlagen an Fassaden können dazu führen, dass sie sich nicht der Fassadengliederung unterordnen und so einen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild ausüben. Um ein gesundes Maß zwischen dem berechtigten Werbeinteresse auf der einen Seite und der harmonischen Fassadenseite auf der anderen Seite herzustellen, wird die Höhe der Werbeanlage bei horizontaler Ausrichtung auf maximal 0,50 m begrenzt. Die insgesamt Größe der Werbeanlage wird indirekt durch die weiteren Regelungen zum Symmetrie- und Fluchtbezugsgebot sowie zu der Anbringungslage der Werbeanlage an der Fassade begrenzt, sodass eine Größenbeschränkung in m² nicht notwendig ist.

- 6) Bei einer vertikalen Ausrichtung der Werbeanlage an der Fassade oder dem Vordach (Flachtransparent, Einzelbuchstabe) darf die jeweilige Werbeanlage in ihrer Breite das Maß von 1,00 m nicht überschreiten.

Begründung:

Überdimensionale Werbeanlagen an Fassaden können dazu führen, dass sie sich nicht der Fassadengliederung unterordnen und so einen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild ausüben. Um ein gesundes Maß zwischen dem berechtigten Werbeinteresse auf der einen Seite und der harmonischen Fassadenseite auf der anderen Seite herzustellen, wird die Breite der Werbeanlage bei vertikaler Ausrichtung auf maximal 1,00 m begrenzt. Die insgesamt Größe der Werbeanlage wird indirekt durch die weiteren Regelungen zum Symmetrie- und Fluchtbezugsgebot sowie zu der Anbringungslage der Werbeanlage an der Fassade begrenzt, sodass eine Größenbeschränkung in m² nicht notwendig ist.

- 7) Werbeanlagen an Fassaden und Vordächern (Flachtransparent, Einzelbuchstaben) müssen zu Wandöffnungen (Türen, Fenster) einen Mindestabstand von 0,30 m einhalten. Der Mindestabstand von Werbeanlagen an Fassaden zu der äußeren Gebäudekante beträgt 0,50 m. Sofern die Wandöffnungen des Gebäudes in einem geringeren Abstand zu den äußeren Gebäudekanten errichtet wurden, ist dieser Abstand als Mindestabstand für die Werbeanlagen anzusehen. Bei Werbeanlagen an Vordächern wird der Mindestabstand in Projektion zur Fassade gemessen.

Begründung:

Die Vorschrift eines Mindestabstandes zwischen der Werbeanlage und den Wandöffnungen gewährleistet, dass architektonisch-gestaltete Fassadenelemente sowie die Fassadenöffnungen nicht durch Werbeanlagen verdeckt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden. Ebenso wird mit dem Mindestabstand zur Gebäudekante eine mögliche Konkurrenz zwischen den Werbeanlagen der benachbarten Gebäude verhindert bzw. minimiert.

- 8) Schaufensterbeklebungen sind als Flächenwerbung, Schriftzug und Logo des Betreibers nur zulässig, wenn die bedeckte Fläche nicht mehr als 25 % der Glasfläche des jeweiligen Fensters überschreitet.

Begründung:

Die Regelung der maximal bedeckten Fläche der Glasfläche werden aus gestalterischen Gründen getroffen. Bei einer größeren und somit überdimensionierten Überdeckung des Schaufensters würden die Konturen der Gebäudegliederung beeinträchtigt und das gesamte Erscheinungsbild der Fassade beeinflusst werden. Es wird an dieser Stelle erwähnt, dass die dekorative Gestaltung der Auslage, also der Bereich hinter der Schaufensterscheibe von der Regelung unberührt bleibt.

- 2) Ausleger an Vordächern sind nicht zulässig.

Begründung:

Vordächer ragen bereits in den öffentlichen Raum bzw. von der Fassade des Gebäudes hervor. Sobald an diesen Vordächern zudem ein Ausleger angebracht wird, übt dieser einen enormen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild, aber auch auf die Fassadengliederung aus.

- 3) Der Ausleger darf inklusive Befestigung nicht mehr als 1,00 m gegenüber der Fassadenfläche in den Luftraum vorspringen.

Begründung:

Die Vorschriften zum maximalen Vorspringen des Auslegers werden getroffen, um eine überdimensionale Wirkung des Auslegers zu vermeiden und ein harmonisches Orts- und Straßenbild zu gewährleisten.

- 4) Die Höhe der Ansichtsfläche der Ausleger wird auf maximal 1,00 m begrenzt. Die Breite der seitlichen Ansichtsfläche der Ausleger wird auf maximal 1,00 m begrenzt. Der Ausleger darf maximal 0,20 m dick sein.

Begründung:

Die Vorschriften zur maximalen Höhe der Ansichtsfläche werden getroffen, um eine überdimensionale Wirkung des Auslegers zu vermeiden und ein harmonisches Orts- und Straßenbild zu gewährleisten. Bei einer maximalen Höhe von 1,00 m, einer maximalen Breite von 1,00 m und einem maximal 0,20 m dicken Ausleger wird den Gewerbetreibenden ausreichend Möglichkeiten zur Gestaltung des Auslegers gegeben.

- 5) Sofern an der Fassade Fassadenwerbung angebracht ist, hat die Anbringung der Ausleger auf Höhe der Fassadenwerbung, bezogen auf die Mitte der Fassadenwerbung, zu erfolgen.

Begründung:

Zur Sicherstellung eines harmonischen Orts- und Straßenbildes sind in Ergänzung zur Fassadenwerbung angebrachte Ausleger an der Fassade symmetrisch zur Fassadenwerbung anzubringen. An dieser Stelle sei erwähnt, dass Ausleger ausschließlich im Erdgeschoss oder in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses angebracht werden dürfen. Sofern eine Fassadenwerbung in Form von Einzelbuchstaben oberhalb der Brüstungszone des ersten Obergeschosses angebracht ist, darf ein Ausleger auf dieser Höhe nicht angebracht werden. Die Regelung in § 5.2.5 bezieht sich ausschließlich auf die Fassadenwerbung im Erdgeschoss oder in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses.

- 6) Ausleger müssen zu Wandöffnungen (Türen, Fenster) einen Mindestabstand von 0,30 m einhalten. Der Mindestabstand von Auslegern zu der äußeren Gebäudekante beträgt 0,50 m.

Begründung:

Die Vorschrift wird zum Erhalt der Fassadengliederung getroffen.

- 7) Mehrere Ausleger dürfen nur in einem Abstand von jeweils 5,00 m zueinander angebracht werden.

Begründung:

Zur Verhinderung einer Überfrachtung der Fassade durch mehrere Ausleger untereinander zu verhindern, werden Abstandsmaße zwischen mehreren Auslegern definiert.

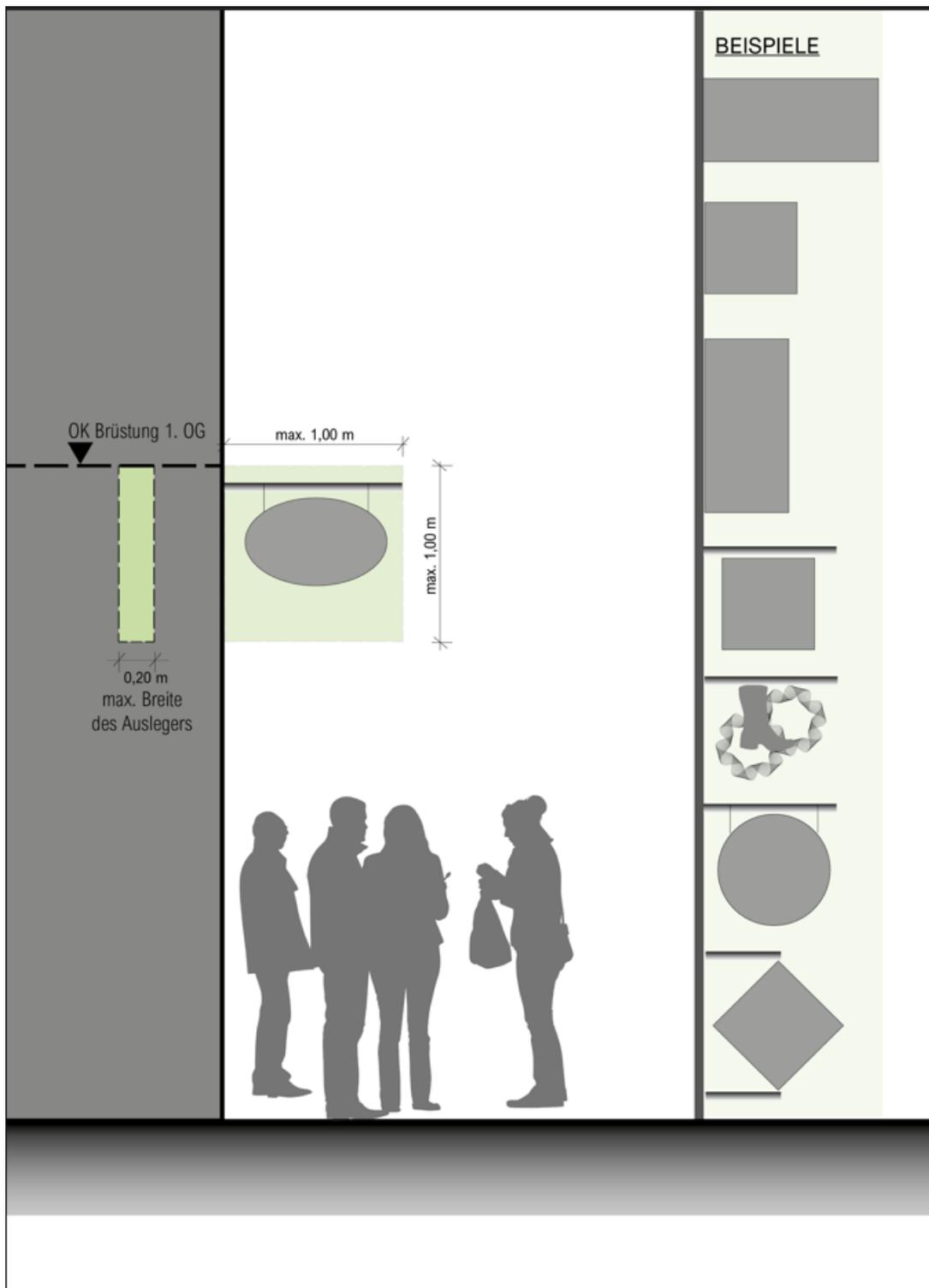


Abbildung 18: Skizze zur Veranschaulichung der Regelungen für die Ausleger, Quelle: eigene Darstellung

§ 6 Freistehende Werbeanlagen

- 1) Freistehende, nicht an baulichen Anlagen angebrachte Werbeanlagen sind nur in Form

von Fahnenmasten, Stelen, Pylonen, Hinweisschildern und Schaukästen zulässig.

Begründung:

Die genaue Art der freistehenden Werbeanlage wird vorgegeben, um ein einheitliches Werbebild zu erzielen

- 2) Die Höhe der jeweiligen freistehenden Werbeanlage wird wie folgt begrenzt:
 - a. Fahnenmast: 8,00 m
 - b. Pylon / Stele / Hinweisschild / Schaukasten: 3,00 m

Die untere Bezugsebene ist die Geländeoberkante. Als oberer Bezugspunkt gilt der höchste Punkt der freistehenden Werbeanlage.

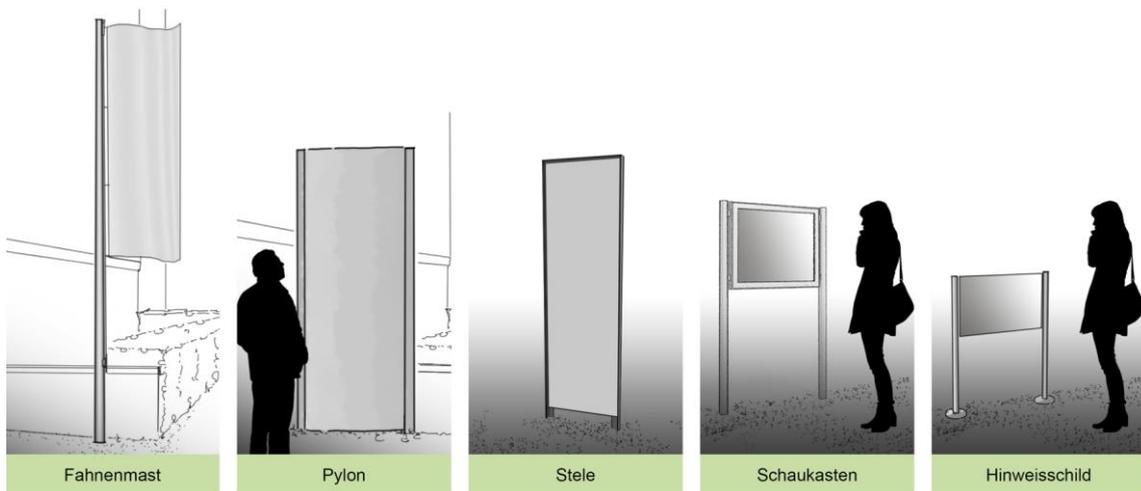


Abbildung 19: Schematische Darstellung der zulässigen freistehenden Werbeanlagen, Quelle: eigene Darstellung

Begründung:

Aufgrund ihrer Höhe haben freistehende Werbeanlagen auf privaten Freiflächen eine enorme Wirkung auf das Orts- und Straßenbild. Die Höhe des Fahnenmastes ist an einem typischen Fahnenmast bemessen. Die Höhe des Pylons, der Stele, des Hinweisschildes und des Schaukastens wurde in Beziehung zu den Bestandsgebäuden im Geltungsbereich gewählt. Die Bestandsgebäude sind größtenteils mit einer Traufhöhe von 4,00 m – 4,50 m ausgebildet. Da sich die freistehende Werbeanlage dem Gebäude unterordnen soll, wurde die maximale Höhe auf 3,00 m begrenzt.

- 3) Die Größe der Ansichtsfläche der freistehenden Werbeanlage darf 5 m² nicht überschreiten.

Dabei gilt nur die sichtbare reine Werbefläche ohne die Fläche von Bauteilen zur Aufstellung und Befestigung als Bemaßungsgrundlage.

Begründung:

Zur Vermeidung von freistehenden Werbeanlagen, die aufgrund ihrer Flächengröße einen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild ausüben, wird die Größe der Ansichtsfläche begrenzt. Die Ansichtsfläche ist die sichtbare reine Werbefläche ohne die Fläche von Bauteilen zur Aufstellung und Befestigung. Die Größenbeschränkung der freistehenden Werbeanlage basiert unter anderem auf den bestehenden freistehenden Werbeanlagen und dem Ziel, Eurowerbungen auszuschließen.

- 4) Je Betriebsgrundstück ist maximal eine freistehende Werbeanlage zulässig. Bei einem Betriebsgrundstück ab 30 m Straßenfrontlänge sind zwei freistehende Werbeanlagen zulässig. Bei einem Betriebsgrundstück ab 40 m Straßenfrontlänge dürfen maximal drei freistehende Werbeanlagen errichtet werden.

Begründung:

Freistehende Werbeanlagen finden sich nicht unbedingt nur bei Geschäften und Betrieben, welche über entsprechende Freiflächen verfügen. Sie sind ebenso auf kleineren Grundstücken zu finden und wirken in Kombination mit anderen Werbeflächen überladen. Insbesondere bei Fahnenmasten kommt es nicht selten zu einer Anhäufung, welche einen negativen Einfluss auf das Orts- und Straßenbild ausübt. Aus diesem Grund wird die Anzahl der freistehenden Werbeanlage begrenzt. Betriebsstätten können z.B. mehrere Marken vertreten und daher vertraglich zu einer Installation einer freistehenden Werbeanlage verpflichtet sein. Unter Berücksichtigung der Größe eines Betriebsgrundstückes bzw. dessen Straßenfrontlänge erhöht sich die Anzahl der zulässigen freistehenden Werbeanlagen ab 30 m Straßenfrontlänge um eins, sodass ab 40 m Straßenfrontlänge maximal drei freistehende Werbeanlagen errichtet werden können. Um dennoch eine Überdimensionierung freistehender Werbeanlagen zu verhindern, wird die maximale Anzahl freistehender Werbeanlagen auf drei je Betriebsgrundstück begrenzt.

- 5) Von den Vorschriften zur den freistehenden Werbeanlagen sind Preistafeln und -masten von Tankstellen ausgenommen.

Begründung:

Preismasten von Tankstellen sind eine besondere und spezielle Form der freistehenden Werbeanlage, welche sich insbesondere aufgrund ihrer Höhe regelmäßig von den anderen Werbeanlagen differenziert. Aufgrund ihrer Funktion nimmt diese Werbeanlage eine Sonderstellung ein, sodass Preismasten von Tankstellen nicht Gegenstand der vorliegenden Werbeanlagensatzung sein sollen.

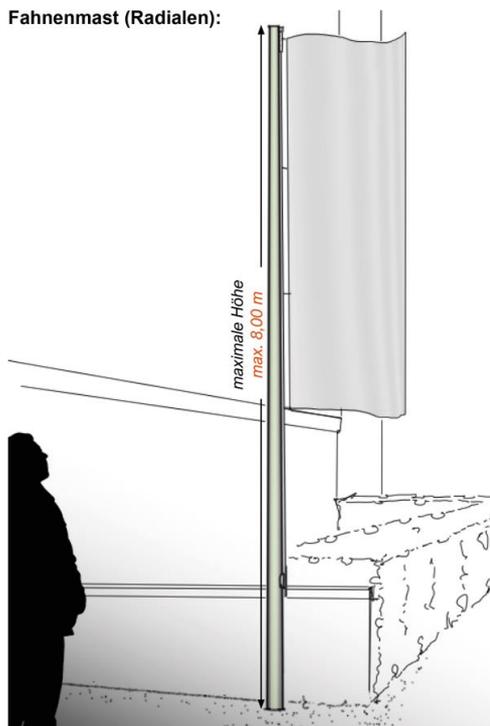


Abbildung 20: Schematische Darstellung mit Regelungen für Fahnenmasten, Quelle: eigene Darstellung

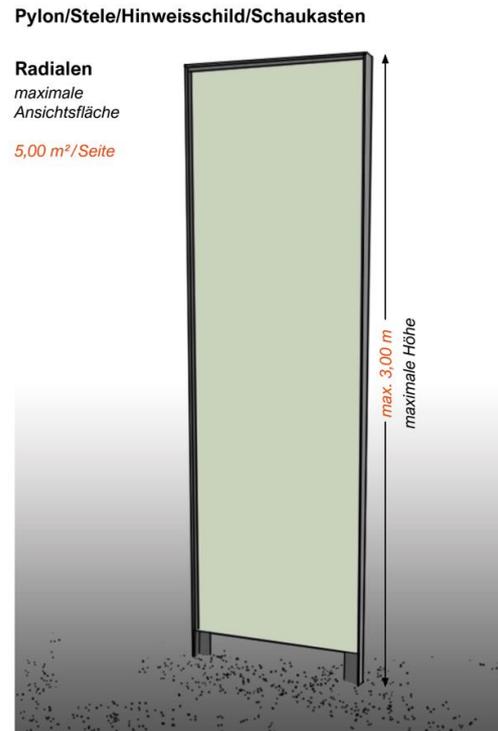


Abbildung 21: Schematische Darstellung mit Regelungen für Pylonen / Stelen / Hinweisschilder / Schaukästen, Quelle: eigene Darstellung

§ 7 Hinweise

Sicherheit, Ordnung und Leichtigkeit des Verkehrs

Werbeanlagen sind blendfrei zu erstellen. Eventuelle Lichtquellen sind so zu wählen, dass sie gegebenenfalls auf eine kleinere Leuchtstärke eingestellt werden können. Sollte von den Verkehrsteilnehmern, der Polizei oder dem Landkreis Vechta - Fachbereich Straßenverkehr und Fachbereich Straßenbau - eine Blendwirkung festgestellt werden, so hat der Betreiber der Werbeanlage die Leuchtstärke auf seine Kosten herabzusetzen.

Denkmalschutz

Sollten bei den geplanten Bau- und Erdarbeiten ur- oder frühgeschichtliche Bodenfunde gemacht werden, sind diese unverzüglich einer Denkmalschutzbehörde, der Gemeinde oder einem Beauftragten für die archäologische Denkmalpflege anzuzeigen (§ 14 Abs. 1 NDSchG). Bodenfunde und Fundstellen sind bis zum Ablauf von 4 Werktagen nach der Anzeige unverändert zu lassen, bzw. für ihren Schutz ist Sorge zu tragen, wenn nicht die Denkmalschutzbehörde vorher die Fortsetzung der Arbeiten gestattet (§ 14 Abs. 2 NDSchG). Tel.-Nr. der Unteren Denkmalschutzbehörde: (05931) 6605 oder (05931) 44 - 2173.

11. ZUSAMMENFASSENDER ERKLÄRUNG

Die Begründung wird nach Abschluss des Verfahrens um die zusammenfassende Erklärung nach § 6a BauGB ergänzt.

12. VERFAHRENSVERMERKE

Aufstellungsbeschluss durch den Rat

Ortsübliche Bekanntmachung

Frühzeitige Öffentlichkeitsbeteiligung gemäß § 3 (1) BauGB vom
bis (einschl.)

Frühzeitige Behördenbeteiligung gemäß § 4 (1) BauGB mit Schreiben vom

Ortsübliche Bekanntmachung der öffentlichen Auslegung

Öffentliche Auslegung gemäß § 3 (2) BauGB vom
bis (einschl.)

Behördenbeteiligung gemäß § 4 (2) BauGB mit Schreiben vom

Satzungsbeschluss durch den Rat

Damme, den

Bürgermeister

Diese Begründung hat dem Satzungsbeschluss des Rates der Stadt Damme vom
zu Grunde gelegen.

Damme, den

Bürgermeister