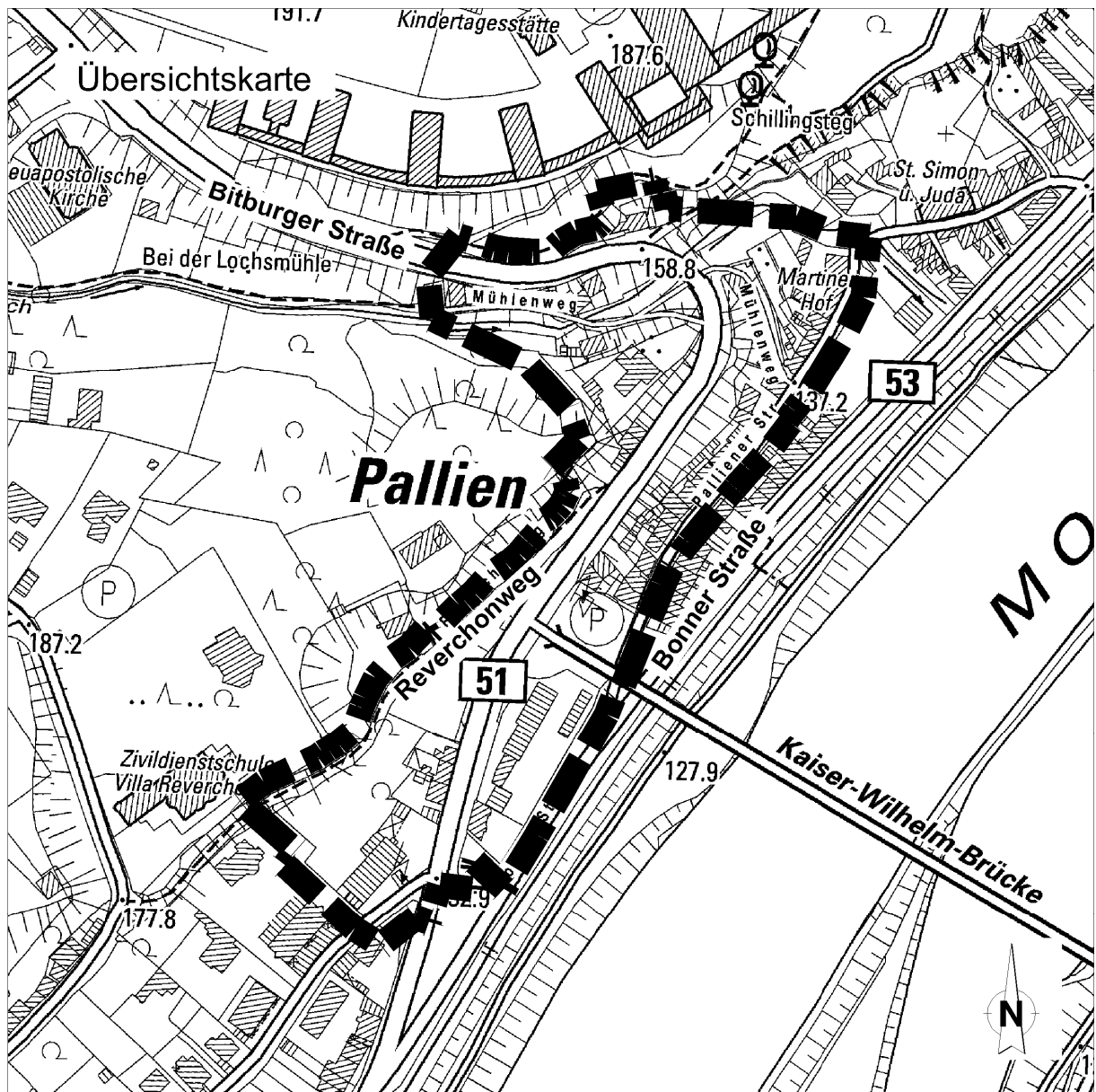


# STADT TRIER • GESTALTUNGSSATZUNG

## „Großflächenwerbung Stadteingang West“

### Begründung



Stadtplanungsamt Trier, Mai 2013

Stand: Satzungsbeschluss



## Inhaltsverzeichnis

<b>§ 1</b>	<b>Gegenstand und Ziel der Satzung .....</b>	<b>2</b>
1.1	Räumlicher Geltungsbereich .....	2
1.2	Sachlicher Geltungsbereich .....	2
1.3	Genehmigungspflicht .....	2
<b>§ 2</b>	<b>Werbeanlagen .....</b>	<b>3</b>
2.1	Allgemeine Anforderungen, Ausführung und Gestaltung.....	3
2.2	Ort und Anzahl der Werbeanlagen.....	3
2.2.1	Bereich A .....	3
2.2.2	Bereich B .....	4
<b>§ 3</b>	<b>Abweichungen .....</b>	<b>5</b>
<b>§ 4</b>	<b>Ordnungswidrigkeiten.....</b>	<b>5</b>
<b>§ 5</b>	<b>Inkrafttreten .....</b>	<b>6</b>
<b>§ 6</b>	<b>Satzung über die Aufhebung der Veränderungssperre im Geltungsbereich des geplanten Bebauungsplans BW 76.....</b>	<b>6</b>

### Anhang

## **Begründung**

zur Gestaltungssatzung (örtliche Bauvorschriften) der Stadt Trier über die Gestaltung und Schutz des Ortsbildes gem. § 88 LBauO Rheinland Pfalz.

## **Präambel**

Stadteingänge übernehmen eine wesentliche Bedeutung für die Außendarstellung der Stadt. Der Stadteingang West zeichnet sich hierbei durch seine besondere topographische Situation aus. Die Bitburger Straße führt von den Höhen der Moselhänge stadteinwärts und bietet so einen repräsentativen und prägenden Blick über die Gesamtstadt im Moseltal. Die Gestaltung dieses Raumes erfordert hierdurch eine besondere Rücksichtnahme auf die bestehende Situation.

Insbesondere im Bereich der Stadteingänge wird die Stadt Trier jedoch zunehmend mit Anträgen zur Errichtung großflächiger Werbeanlagen konfrontiert. Neben klassischen Plakattafeln nehmen in jüngster Zeit auch Anfragen nach so genannten Video-Walls bzw. City-Light-Boards zu. Diese Anlagen an stark frequentierten Straßen bieten der Werbewirtschaft attraktive Möglichkeiten zur Ansprache eines breiten Interessentenkreises. Andererseits stellen die Anlagen durch Ihre Größe, die Bewegung der Bilder sowie die Lichtspiegelungen auch einen erheblichen Eingriff in das Stadtbild dar. Durch Ablenkungseffekte können sie überdies die Verkehrssicherheit beeinträchtigen.

Aus stadtplanerischer Sicht ist die Errichtung großflächiger Werbeanlagen im Bereich der Stadteingangsstraßen städtebaulich nicht vertretbar. Dies betrifft insbesondere Anlagen mit Wechselwerbung wie Video-Walls und City-Light-Boards.

Ziel dieser Satzung ist es, Regelungen für die Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen für die prägende Stadteingangssituation im Verlauf der Bitburger Straße zu treffen. Insbesondere sollen für unterschiedliche Bereiche des Stadteingangs, entsprechend der Schutzwürdigkeit differenzierte Festsetzungen getroffen werden.

## § 1 Gegenstand und Ziel der Satzung

### 1.1 Räumlicher Geltungsbereich

- a) *Der räumliche Geltungsbereich der Satzung ist im Lageplan dargestellt. Es werden zwei Bereiche (A und B) unterschieden, für die teilweise differenzierte Festsetzungen getroffen werden können.*
- b) *Der Geltungsbereich umfasst den Stadteingang West in einem Abschnitt der Bitburger Straße.*
- c) *Die Satzung gilt jeweils für beide Straßenseiten. Alle Festsetzungen, die sich nicht auf einen bestimmten Bereich (A oder B) beziehen, gelten für den gesamten Geltungsbereich.*

### 1.2 Sachlicher Geltungsbereich

- a) *Die Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen im Geltungsbereich nach § 1 der Satzung.*
- b) *Werbeanlagen im Sinne der Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, sonstige Anschläge, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.*
- c) *Von dieser Satzung unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzrechts, die Erlaubnispflicht für Sondernutzungen öffentlicher Straßen, Wege und Plätze sowie die Bestimmungen, die das Anbringen von Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit regeln.*
- d) *Vorhandene genehmigte bzw. bislang genehmigungsfreie Anlagen genießen Bestandsschutz.*

### 1.3 Genehmigungspflicht

- a) *Das Errichten von Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung bedarf der Genehmigung. Dies gilt nicht für Namens- und Firmenschilder, die als alleiniger Hinweis für Beruf oder Gewerbe dienen bis 0,25 m<sup>2</sup>.*

## § 2 Werbeanlagen

### 2.1 Allgemeine Anforderungen, Ausführung und Gestaltung

- b) *Werbeanlagen sind so anzuordnen, zu errichten, zu unterhalten und zu gestalten, dass sie sich nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe, Gliederung, Standort und Anzahl in das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und in das Straßenbild einfügen. Sie haben den Grundsätzen dieser Satzung zu entsprechen.*
- c) *Die Beleuchtung der Werbeanlagen muss blendfrei sein. Hinterleuchtete oder digitale Werbeanlagen, Werbeanlagen mit laufendem, wechselndem oder blinkendem Licht sowie durch Motoren angetriebenen, sich bewegende Werbeanlagen sind unzulässig.*
- d) *An Verkehrsstraßen und im Sichtbereich solcher Straßen sind Werbeanlagen unzulässig, die in ihrer Farb- und Formgebung Probleme für die Verkehrssicherheit darstellen können.*

### Begründung

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

Gerade beleuchtete Werbeanlagen dominieren den öffentlichen Raum und rücken das umgebende Stadtbild in den Hintergrund. Aus diesem Grund werden Festsetzungen getroffen, die die Gestaltung und die Beleuchtung der Werbeanlagen regeln. Hinterleuchtete oder digitale Werbeanlagen, Werbeanlagen mit laufendem, wechselndem oder blinkendem Licht sowie durch Motoren angetriebenen, sich bewegende Werbeanlagen sind aufgrund ihrer dominanten Wirkung auf den öffentlichen Raum nicht zulässig. Gerade Video-Walls und City-Light-Boards stellen aufgrund ihrer Größe, der Bewegung der Bilder sowie der Lichtspiegelungen erhebliche Eingriffe in das Stadtbild dar und können durch Ablenkungseffekten überdies die Verkehrssicherheit beeinträchtigen.

### 2.2 Ort und Anzahl der Werbeanlagen

#### 2.2.1 Bereich A

- a) *Im Bereich A sind ausschließlich Werbeanlagen an der Stätte der Leistung zulässig. Die Stätte der Leistung ist dort vorhanden, wo der Gegenstand, für den geworben wird, hergestellt, angeboten, gelagert oder verwaltet wird.*

- b) *Werbeanlagen sind nur bis zu einer Größe von 2 qm Werbefläche zulässig. Freistehende Werbeanlagen sind nur bis zu einer Gesamthöhe von maximal 1,50 m zulässig.*
- c) *Bis zu einer Größe von jeweils 2 qm Werbefläche sind maximal 2 Werbeanlagen in unmittelbarer Nachbarschaft zulässig. Darüber hinaus muss auf einem Grundstück zwischen weiteren freistehenden Werbeanlagen ein Abstand von mindestens 20 m eingehalten werden.*
- d) *Werbeanlagen oberhalb der Traufkante, auf Dächern und auf überwiegend fensterlosen Fassaden oder Giebeln sind unzulässig.*

### **2.2.2 Bereich B**

- a) *Bis zu einer Größe von jeweils 2 qm Werbefläche sind maximal 2 Werbeanlagen in unmittelbarer Nachbarschaft zulässig. Werbeanlagen bis zu einer Werbefläche von 6 qm sind nur als Einzelanlagen zulässig. Auf einem Grundstück muss zwischen jeder freistehenden Einzelanlage sowie zwischen den paarweise freistehenden Werbeanlagen ein Abstand von mindestens 20 m eingehalten werden. Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.*
- b) *Werbeanlagen mit einer Werbefläche über 6 qm sind unzulässig. Freistehende Werbeanlagen sind nur bis zu einer Höhe von maximal 3,00 m zulässig.*
- c) *Werbeanlagen oberhalb der Traufkante, auf Dächern und auf überwiegend fensterlosen Fassaden oder Giebeln sind unzulässig.*
- d) *Werbeanlagen, die quer zur Fahrbahn ausgerichtet sind, sind unzulässig.*

### **Begründung**

Aufgrund der unterschiedlichen Bebauungs- und Nutzungsstruktur, sowie der Sensibilität hinsichtlich der Stadteingangssituation, werden für die Bereiche A und B unterschiedliche Festsetzungen getroffen. Zum Schutz des prägenden Stadtpanoramas bedarf es im Bereich A einer sehr engen Grenze hinsichtlich der Zulässigkeit von Werbeanlagen. Ziel ist es insbesondere diesen Bereich von Fremdwerbung, die einen weiteren Eingriff in die städtebauliche Situation darstellen würde, freizuhalten. Im Bereich A sind demnach nur Werbeanlagen an der Stätte der Leistung zugelassen, um die Zahl der möglichen Werbeanlagen einerseits zu begrenzen und andererseits Gewerbetreibenden weiterhin die Möglichkeit zu bieten Eigenwerbung zu betreiben. Die Gestaltung der zulässigen Werbeanlagen wird in ihrer Größe begrenzt, um negative Auswirkungen aus den vorgenannten Gründen zu minimieren. Mit einer Werbefläche von bis zu 2 qm wird eine Werbefläche im verträglichen Maß sowie im gebräuchlichen City-Poster-Format weiterhin ermöglicht. (vgl. hierzu Darstellung im Anhang)

Der Bereich B ist derzeit bereits überwiegend gewerblich geprägt. Der Zulässigkeitsrahmen kann in diesem Bereich größer gestaltet werden, da sich Werbeanlagen in

diesem Bereich besser in die bestehende Situation einfügen. Entsprechend dem Ziel der Satzung werden auch in diesem Bereich großflächige Werbeanlagen über 6 qm Werbefläche sowie eine übermäßige Häufung von Werbeanlagen ausgeschlossen. Mit einer Begrenzung auf 6 qm Werbefläche wird einerseits eine ausreichend große Werbefläche ermöglicht und andererseits, im Sinne der Zielsetzung der Satzung, eine deutliche Abgrenzung zu den gängigen großflächigen Werbeformaten getroffen. (vgl. hierzu Darstellung im Anhang) Zur Begrenzung der Anzahl der Werbeanlagen im Bereich B wird ein Mindestabstand von 20 m von Anlagen untereinander auf einem Grundstück festgeschrieben. Somit soll eine Häufung auf einem einzelnen Grundstück ausgeschlossen werden, ohne die Werbemöglichkeiten für angrenzende Grundstücke auszuschließen. Auf jedem Grundstück besteht somit die Möglichkeit, unabhängig von den benachbarten Grundstücken, Werbeanlagen entsprechend der Festsetzungen der Satzung zu errichten.

### § 3 Abweichungen

*Von den Festsetzungen dieser Satzung können gemäß § 69 LBauO im Einzelfall Abweichungen für Werbeanlagen der Eigenwerbung an der Stätte der Leistung gewährt werden.*

#### **Begründung**

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

### § 4 Ordnungswidrigkeiten

- a) *Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich*
- *Werbeanlagen errichtet oder ändert, ohne die hierfür erforderliche Genehmigung zu besitzen, oder*
  - *Von der erteilten Genehmigung abweicht, wenn die Abweichung einer erneuten Genehmigung bedurft hätte.*
- b) *Die Ahndung der Ordnungswidrigkeiten und Geldbußen sind im § 89 LBauO geregelt.*

## § 5 Inkrafttreten

*Diese Satzung tritt am Tage der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.*

*Gemäß § 24 Abs. 6 der Gemeindeordnung Rheinland-Pfalz (GemO) in der Fassung vom 31.01.1994 (GVBl. S. 153), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20.10.2010 (GVBl. S. 319), wird darauf hingewiesen, dass Satzungen, die unter Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung oder aufgrund der Gemeindeverordnung zustande gekommen sind, ein Jahr nach der Bekanntmachung als von Anfang an gültig zustande gekommen gelten. Dies gilt nicht, wenn*

- 1. die Bestimmungen über die Öffentlichkeit der Satzung, die Genehmigung, die Ausfertigung oder die Bekanntmachung der Satzung verletzt worden sind, oder*
- 2. vor Ablauf der in Satz genannten Frist die Aufsichtsbehörde den Beschluss beanstandet oder jemand die Verletzung der Verfahrens- oder Formvorschriften gegenüber der Stadtverwaltung Trier unter Bezeichnung des Sachverhaltes, der die Verletzung begründet, schriftlich geltend gemacht hat.*

*Hat jemand eine Verletzung nach Nr. 2 geltend gemacht, so kann auch noch nach Ablauf eines Jahres jedermann diese Verletzung geltend machen.*

## § 6 Satzung über die Aufhebung der Veränderungssperre im Geltungsbereich des geplanten Bebauungsplans BW 76

*Mit dieser Satzung wird die Satzung über die Veränderungssperre im geplanten Geltungsbereich des Bebauungsplans BW 76 „Großflächenwerbung Stadteingang West“ gemäß § 17 Abs. 4 BauGB aufgehoben.*

*Die Satzung über die Aufhebung der Veränderungssperre tritt am Tage der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.*

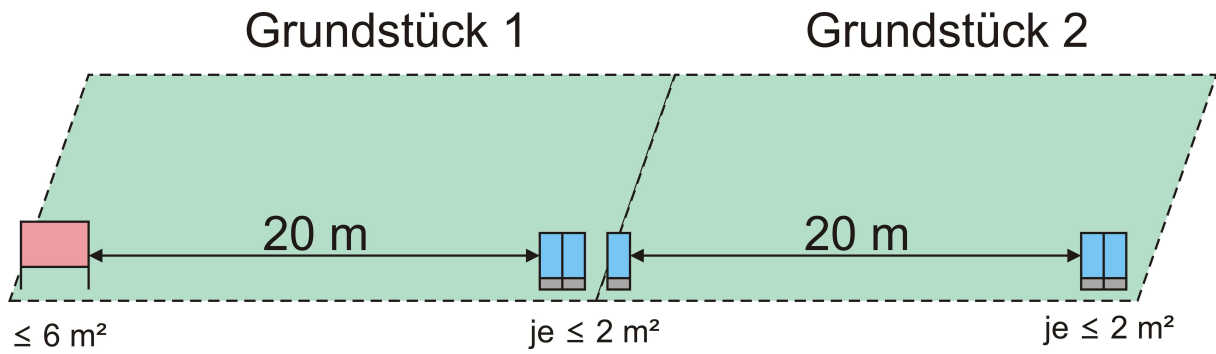
Trier, Juli 2013

gez. Simone Kaes-Torchiani, Beigeordnete



### Anhang

### Ausführung Anzahl der Werbeanlagen



### Übersichtskarte Geltungsbereich mit Abgrenzung der Bereiche A und B

