

## **Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen in der Stadt Trier**

### **Präambel**

Die Erhaltung des innerstädtischen Raumes, der wie kaum ein anderer Bauwerke aus allen Epochen seit römischer Zeit auf so engem Raum vereint, die Bewahrung seiner Eigenart und seine behutsame Weiterentwicklung sollen durch diese Satzung unterstützt werden.

Der Innenstadt geben heute der Alleenring sowie die im Mittelalter entstandenen Hauptstraßenzüge ihr städtebauliches Gepräge. Diese verlaufen von der Neustraße im Süden und der Karl-Marx-Straße im Südwesten in Richtung Hauptmarkt und darüber hinaus zur Porta Nigra. Hauptmarkt und Sternstraße verbinden dieses System mit dem Bering der ehemaligen Domfreiheit und bildeten den Entwicklungskern der hochmittelalterlichen Siedlung.

Mit dieser Satzung wird die Absicht verfolgt, den durch die Gebäude, Straßen und Plätze gebildeten Stadtraum mit seinen Alleinstellungsmerkmalen zu stärken. Vor dem Hintergrund des wachsenden Tourismusanteils am wirtschaftlichen Aufkommen in der Stadt und der großen und weiter wachsenden Bedeutung der Stadt Trier als Einkaufsstadt ist das baupflegerische Ziel, städtebauliche, architektonische und gestalterische Fehlentwicklungen aus dem Stadtbild herauszuhalten und gegebenenfalls zurückzuführen, ein legitimes Anliegen im öffentlichen Interesse. Besondere Beachtung bedürfen jeweils die Umgebungen der Kulturdenkmäler und Kulturdenkmalensembles als besonders schützenswerte städtebauliche Situationen.

Darum sollen Werbeanlagen zurückhaltend ausgebildet sein und sich der Gebäudewirkung unterordnen. Der Informationsgehalt von Werbeanlagen, die als Orientierungshilfe und zur Animierung und Erhaltung des wirtschaftlichen Lebens dienen, soll nicht mehr als notwendig eingeschränkt werden. Die wirtschaftlichen privaten Interessen sollen mit dem öffentlichen Interesse im Sinne des Satzungsziels im ausgewogenen Verhältnis stehen.

### **Rechtsgrundlage**

Zum Schutz und zur künftigen Gestaltung des Ortsbildes der Stadt Trier hat der Stadtrat der Stadt Trier in seiner Sitzung am 16.12.2008 auf der Grundlage des § 24 der Gemeindeordnung für das Land Rheinland-Pfalz in der Fassung vom 31.01.1994, zuletzt geändert durch das Gesetz vom Januar 2002 und des § 88 (1) Nrn. 1, 2 und (4) Nr. 1 LBauO Rheinland-Pfalz in der Fassung vom 24. November 1998, zuletzt geändert durch Gesetz vom 12. Mai 2005, folgende Satzung beschlossen:

## Inhalt

### Erster Teil – Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Begriffe	Seite 4
§ 2 Räumlicher Geltungsbereich	Seite 5
§ 3 Sachlicher Geltungsbereich	Seite 6
§ 4 Genehmigungsvorbehalt	Seite 7

### Zweiter Teil – Werbeanlagen und Beschilderungen

§ 5 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen auf Fassadenflächen und Werbeanlagen als Ausleger	Seite 8
§ 6 Werbeanlagen auf Fassadenflächen	Seite 10
§ 7 Werbeanlagen als Ausleger	Seite 11
§ 8 Großflächenwerbung	Seite 12
§ 9 Werbung auf Baugerüsten	Seite 13
§ 9a Automaten	Seite 14

### Dritter Teil – Abweichungen, Ordnungswidrigkeiten, Schlussbestimmungen

§ 10 Abweichungen	Seite 15
§ 11 Ordnungswidrigkeiten	Seite 16
§ 12 Außerkrafttreten bestehender Vorschriften	Seite 17

## Erster Teil

### Allgemeine Bestimmungen

#### § 1 <sup>1</sup>Begriffe

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen auf privaten Grundstücken, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe, Beruf oder auf Veranstaltungen dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Dazu gehören insbesondere Schilder, Fahnen, Spanntransparente, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, für Anschläge und Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln, Flächen und Anhänger, die offensichtlich der Werbung dienen.

#### <sup>1</sup>Begründung zu § 1 „Begriffe“

Eine Werbeanlage entsprechend der Definition des § 52 der Landesbauordnung ist durch drei wesentliche Tatbestandsmerkmale beschrieben. Diese sind die feste Verbundenheit mit einem Ort als statische Komponente, die Verfolgung einer bestimmten Zweckbestimmung als funktionelle Komponente und die Sichtbarkeit vom öffentlichen Verkehrsraum aus als visuelle Komponente. Werbeanlagen sind baulichen Anlagen, Einrichtungen oder Anlagen im Sinne des § 1 (1) Satz 2 Landesbauordnung. Sie befinden sich ausschließlich auf Flächen privater oder öffentlicher Eigentümer, die nicht öffentlicher Verkehrsraum, sondern private Flächen sind.

## **§ 2 <sup>2</sup>Räumlicher Geltungsbereich**

- (1) Diese Satzung gilt innerhalb des Alleenringes einschließlich der daran räumlich unmittelbar angrenzenden Grundstücke einschließlich der Bahnhofstraße und des Bahnhofsvorplatzes mit den anliegenden Grundstücken. Die beigefügte parzellenscharfe Karte ist Bestandteil dieser Satzung.

## **<sup>2</sup>Begründung zu § 2 „Räumlicher Geltungsbereich“**

Die Satzung ist auf den Bereich der Stadt beschränkt, der vom Alleenring umschlossen wird. Dieser wurde nach Schleifung der mittelalterlichen Befestigung angelegt, prägt die städtebauliche Grundstruktur bis heute und grenzt die Innenstadt gegenüber den benachbarten Quartieren ab. Die Lage der ehemaligen römischen Befestigung ist nur an sehr wenigen Stellen im Stadtgebiet ablesbar und darum für das Erscheinungsbild der heutigen Stadt von nur untergeordneter Bedeutung. Nur im Bereich der Alleen, östlich und westlich der Porta Nigra, deckt sich ihre Lage mit der mittelalterlichen Stadtmauer, sodass ebenfalls der römischen Befestigungsanlage durch den Geltungsbereich dieser Satzung in angemessener Weise Rechnung getragen wird.

Da dem Alleenring für den Innenstadtbereich prägende Wirkung zukommt, gehören die räumlich unmittelbar angrenzenden Grundstücke mit ihrer Bebauung zum Geltungsbereich dieser Satzung. Die Bereiche des Bahnhofsvorplatzes wirken aufgrund ihrer räumlichen Anlage unmittelbar in den Stadtraum des Alleenringes hinein und gehören darum zum Geltungsbereich der Satzung.

## **§ 3 Sachlicher Geltungsbereich**

- (1) Diese Satzung gilt für sämtliche Werbeanlagen und Warenautomaten gem. § 52 der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz in der jeweils gültigen Fassung.
- (2) Anforderungen von sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften bleiben von dieser Satzung unberührt. Diese sind zum Beispiel das Denkmalschutzgesetz oder bestehende Bebauungspläne.

## **§ 4 <sup>3</sup>Genehmigungsvorbehalt**

- (1) Das Errichten oder Ändern von Werbeanlagen, die nach der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz genehmigungsfrei sind, erfordert im Geltungsbereich dieser Satzung eine Genehmigung der unteren Bauaufsichtsbehörde.
- (2) Nicht genehmigungspflichtig sind Werbeanlagen an zugelassenen öffentlichen Anschlagflächen, wechselnde Programmwerbung für Theater und Lichtspielhäuser oder vergleichbare Unternehmen, wenn die Werbeflächen selbst, die Art der Werbemittel und die Beleuchtungsart genehmigt sind.
- (3) Genehmigungspflichtig sind auch Werbeanlagen, die nur gelegentlich oder kurzfristig angebracht oder aufgestellt werden.

### <sup>3</sup>Begründung zu § 4 "Genehmigungsvorbehalt"

Da nicht ausgeschlossen werden kann, dass von Werbeanlagen, die nach der Landesbauordnung genehmigungsfrei sind, stadträumlich verunstaltende Wirkungen ausgehen, erfordern diese Anlagen eine Baugenehmigung, um zu überprüfen, ob diese Vorhaben die Anforderungen der Satzung erfüllen. Vorhaben dieser Art können sein:

- Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1 m<sup>2</sup> i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 a) LBauO
- Werbeanlagen für zeitlich befristete Veranstaltungen i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 b) LBauO
- Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung vorübergehend angebracht werden i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 c) LBauO

## **Zweiter Teil**

### **Werbeanlagen und Beschilderungen**

#### **§ 5 <sup>4</sup>Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen auf Fassadenflächen und Werbeanlagen als Ausleger**

- (1) Werbeanlagen müssen in Größe, Farbe, Proportion, Gliederung, Lichtwirkung und Plastizität auf die Gestaltung der Fassade abgestimmt sein und sich den Fassadenflächen, auf denen sie befestigt sind, unterordnen.
- (2) Sie dürfen die Elemente der Fassadengliederung z.B. Bauteile wie Gesimse, Pilaster, Risalite, Rahmungen, Fenster, historische Hauszeichen oder Inschriften nicht überdecken.
- (3) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Je Nutzungseinheit ist nur eine Werbeanlage auf Fassadenflächen und eine Werbeanlage als Ausleger zulässig. Bei Eckgebäuden gilt dies für jede Straßenfassade. Bei Nutzungseinheiten in größeren Gebäudekomplexen kann auch eine größere Anzahl zugelassen werden.
- (4) Werbeanlagen sind nur im Bereich des Erdgeschosses und bis zur Brüstung des ersten Obergeschosses zulässig. Ausnahmsweise dürfen Werbeanlagen bis zur Brüstungshöhe des zweiten Obergeschosses angebracht werden, wenn das Gewerbe, für das geworben wird, nicht im Erdgeschoss des Hauses sondern darüber ausgeübt wird.
- (5) Bei alleinstehenden Bauten oder bei Bauten ähnlicher Wirkung können Werbeanlagen in ihrer Höhenlage abweichend von § 5 (4) dieser Satzung zugelassen werden, wenn dies im Einzelfall dem Ziel dieser Satzung nicht widerspricht.
- (6) Nicht zulässig sind insbesondere: Leuchtkästen, Laufschriften, Fahnen, Fahnentransparente, Spannbänder mit Werbung und Werbeanlagen mit wechselndem oder sich bewegendem Licht.
- (7) Ausnahmsweise können Transparente, die Hinweise auf Sonderveranstaltungen, Feste etc. geben, für die Dauer von bis zu 4 Wochen auf Fassadenflächen zugelassen werden.

## **<sup>4</sup>Begründung zu § 5 "Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen"**

Die Trierer Geschäftsstraßen werden bislang von Werbeanlagen geprägt, die durch ihre hohe Anzahl, ihre Größe und die Vielfalt der Orte ihrer Anbringung dazu beitragen, den von den Straßenfassaden begleiteten Stadtraum weniger erfahrbar zu machen. Dies gilt für die meist geradlinig und leicht gewundenen Hauptzüge der Fleisch-, Brot-, und Simeonstraße, aber auch für die den ehemaligen Befestigungsring der Domfreiheit begleitenden Züge der Palaststraße und der Glockenstraße.

Sichtachsen werden eingeschränkt und Werbeanlagen behindern sich sogar gegenseitig im Hinblick auf ihre beabsichtigte Fernwirkung. Durch zum Teil bis zur Traufe reichende Fahnentransparente oder geschossübergreifende Spanntransparente werden die Fassaden der straßenbegleitenden städtischen Bauten zurückgedrängt.

Stadtgrundriss und städtische Bauten machen aber die Alleinstellungsmerkmale der Trierer Innenstadt aus. Dazu gehören zum Beispiel der Verlauf der historischen Wegeverbindungen im Moseltal, die ehemals mächtige Befestigung der Domfreiheit in ihrer heute noch spürbar Ausprägung, die überwiegend massiv errichteten Handwerker- und Bürgerhäusern des 16. und 17. Jahrhunderts mit ihren für die Oberrhein typischen Merkmalen, die vielfach auch in den Überformungen der folgenden Epochen ablesbar bleiben.

Darum wird die Zulässigkeit von Werbung auf die Stätte der Leistung und den unteren Teil der Fassadenflächen beschränkt, damit die architektonischen Besonderheiten und stadträumlichen Bezüge der Stadt besser zur Geltung kommen.

Dies bedeutet im Detail, dass Bauteile und Gliederungselemente von Fassaden nicht überdeckt werden dürfen. Dies gilt auch für ausladende Werbeflächen, die innerhalb von Sichtachsen den freien Blick auf die jeweils benachbarten Fassaden verhindern. Die Beschränkung auf eine Werbeanlage je Fassadeseite stellt sicher, dass der Informationsgehalt von Werbeanlagen und die wirtschaftlichen privaten Interessen gewahrt bleiben. Gleichzeitig unterstützt diese Beschränkung das öffentliche Interesse, Alleinstellungsmerkmale der Stadt Trier nicht in den Hintergrund treten zu lassen.

Die im Absatz 6 ausdrücklich aufgeführten Werbeanlagen zeichnen sich dadurch aus, dass diese aufgrund ihrer flächigen Ausbildung nicht in der Lage sind, die Ziele dieser Satzung zu erfüllen.

Transparente als Hinweise auf besondere Veranstaltungen und Feste etc. erzielen nur dann ihre Wirkung, wenn diese mit dem angekündigten Ereignis in zeitnahe Zusammenhang stehen. Als angemessener Rahmen für die Zeit der Anbringung gelten maximal 4 Wochen.

## **§ 6 <sup>5</sup>Werbeanlagen auf Fassadenflächen**

- (1) Werbeanlagen dürfen nur aus Einzelbuchstaben oder aus mit Farbe auf die Fassadenoberfläche aufgetragenen Schriftzügen bestehen. Außerdem kann durch Symbole oder Warenzeichen auf gleiche Art und Weise auf das Gewerbe hingewiesen werden. Flächige Werbetafeln, mit aufgedruckten Buchstaben sind nicht zulässig. Dies gilt auch für transparente Tafeln.
- (2) Leuchtwerbungen sind als durchscheinende Schriften oder Symbole nur zulässig, wenn sie aus Einzelbuchstaben oder Einzelsymbolen angefertigt sind. Einzelbuchstaben und Einzelsymbole können auch hinterleuchtet werden. Die Beleuchtung von Werbeanlagen durch am Gebäude angebrachte ausladende nicht mit der Werbeanlage selbst verbundene Strahler ist unzulässig.

- (3) Schriften von Werbeanlagen sind horizontal anzuordnen und nur auf der Fläche (Bezugsgrundfläche) zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des Obergeschosses zulässig. Die Schrift darf in ihrer Höhe die Hälfte der Höhe der Bezugsgrundfläche, auf der sie aufgebracht werden soll, nicht überschreiten. Kann aufgrund der Fassadengestaltung die Bezugsgrundfläche nicht eindeutig definiert werden oder ist die Bezugsgrundfläche deutlich höher als 1 m, darf die Größe des Schriftzuges höchstens 0,5 m betragen. Einzelne Buchstaben, Symbole oder Warenzeichen dürfen diese Größe überschreiten.

#### **<sup>5</sup>Begründung zu § 6 „Werbeanlagen auf Fassadenflächen“**

Ziel der Satzung ist es, die Gestaltung von Werbeanlagen dahingehend zu verändern, dass die Fassadenflächen der städtischen Häuser mehr in den Vordergrund treten und nicht von flächigen Werbeanlagen, -tafeln oder -transparenten verdeckt oder durch die Spiegeleffekte transparenter Flächen gestört werden. Dieses Ziel ist zu erreichen, indem auf flächige, auf die Fassaden aufgebraute Werbetafeln verzichtet und werbende Schriftzüge in Einzelbuchstaben aufgelöst werden. Als Hintergrund für diese Schriftzüge wird die Fassadenfläche selbst verwendet. Auch Logos und Warenzeichen können so von einer flächigen Anlage gelöst und direkt auf die Fassaden aufgebracht werden.

Um die werbende Wirkung dieser Anlagen auch bei Dunkelheit zu gewährleisten, sind durchscheinende Schriften und hinterleuchtete Einzelbuchstaben und Einzelsymbole zulässig. Am Gebäude zur Beleuchtung angebrachte ausladende Wandstrahler sind unzulässig, weil dadurch am Tage eine Beeinträchtigung der Fassaden bewirkt wird. Denn diese Art der Beleuchtung kann nicht zurückhaltend und versteckt sondern aufgrund ihrer Funktion nur hervorragend und auffallend angebracht werden. Die Größe und Anordnung von Werbeschriften bedarf keiner konkreten Regelung, weil beide Kriterien von der Fläche abhängen, auf der die Werbeschriften aufgebracht werden. Eine maximale Buchstabengröße ist lediglich für solche Fällen definiert, in denen keine Bezugsgrundfläche definiert werden kann.

#### **§ 7 <sup>6</sup>Werbeanlagen als Ausleger**

- (1) Werbeanlagen als Ausleger sind nur bis zu einer Ausladung von 75 cm zulässig.
- (2) Werbeanlagen als Ausleger müssen in einem Abstand von der seitlichen Grundstücksgrenze errichtet werden, der dem dreifachen ihrer Ausladung entspricht.
- (3) Sie müssen in ihrer Höhenentwicklung den in § 6 (3) dieser Satzung definierten Bereich der Bezugsgrundfläche angeordnet werden und dürfen diese nicht überragen.
- (4) Ausnahmsweise können Werbeanlagen als Ausleger unmittelbar an der seitlichen Grundstücksgrenze errichtet werden, wenn in der Fassade des benachbarten Hauses in gleicher Höhe kein Fenster angeordnet ist und öffentlich-rechtlich gesichert wird, dass eine Anbringung einer Werbeanlage als Ausleger am betreffenden Nachbarhaus an der Grundstücksgrenze nicht erfolgt.

### **<sup>6</sup>Begründung zu § 7 „Werbeanlagen als Ausleger“**

Die Ausladung von Werbeanlagen als Ausleger ist auf 75 cm beschränkt. Dies entspricht der zulässigen in der Sondernutzungsatzung geregelten Ausladung.

Ein Abstand von Werbeanlagen als Ausleger von der seitlichen Grundstücksgrenze, der dem dreifachen ihrer Ausladung entspricht, stellt sicher, dass sich zwei auf beiden Seiten einer Grundstücksgrenze angebrachte Werbeanlagen gegenseitig in ihrer Wirkung nicht behindern. Außerdem wird dadurch erreicht, dass bei benachbarten Gebäuden mit unterschiedlichen Geschosshöhen Werbeanlagen als Ausleger unmittelbar benachbarte Fenster nicht oder nur unwesentlich beeinträchtigen. Mit Ausladung ist der horizontale Abstand zwischen der Oberfläche der Hauswand und dem vorderen Punkt der Werbeanlage gemeint.

Liegt eine Beeinträchtigung von Nachbarfenstern nicht vor und ist durch Baulastverpflichtung sichergestellt, dass Werbeanlagen als Ausleger auf beiden Seiten einer Grundstücksgrenze nicht errichtet werden, ist eine Ausnahme gerechtfertigt.

### **§ 8 <sup>7</sup>Großflächenwerbung**

- (1) Großflächenwerbung ist an Gebäuden zulässig, wenn sie sich der Fassadenfläche, auf der sie montiert wird, unterordnet. Sie dürfen die Fassadengliederung nicht beeinträchtigen und Gliederungselemente und Bauteile wie z. B. Gesimse, Pilaster, Risalite, Rahmungen, Fenster, Hauszeichen oder Inschriften nicht überdecken.
- (2) Flächen für Großflächenwerbungen bedürfen der einmaligen Genehmigung. Die Genehmigung wird widerruflich ausgesprochen. § 5 Absatz 3 gilt entsprechend.

### **<sup>7</sup>Begründung zu § 8 „Großflächenwerbung“**

Großflächenwerbungen gehören zu den Werbeträgern, die durch ihre Größe und optische Wirkung besonders als Orientierungshilfe und zur Animierung zum Einkaufen geeignet sind. Aufgrund der kleinteiligen Parzellenstruktur der Innenstadt führte das ungehinderte Aufhängen von Großflächenwerbung bei vielen Grundstücken zum nahezu vollständigen Zuhängen der Fassaden.

Von Großflächenwerbung wird gesprochen, wenn deren Fläche 8 m<sup>2</sup> erreicht beziehungsweise überschreitet. Grundlage ist für diese Abgrenzung ist das sogenannte 16-Bogenformat der Werbeindustrie, mit dem eine Plakattafel von ca. 2,40 x 3,40 m bestückt werden kann oder dem sogenannten Euro-Norm-Format von 2,70 x 3,70 m, welches ca. 10 m<sup>2</sup> Fläche ergibt.

Entscheidend für die Zulässigkeit dieser Anlagen ist darum der Ort ihrer Montage und die Wirkung für den unmittelbar umliegenden Stadtraum. Große Gebäude sind für solche Großflächenwerbungen besser geeignet als kleine Gebäude, weil diese eher über größere zusammenhängende Fassadenflächen verfügen.

Wesentlich für die Zulässigkeit dieser Anlagen ist darum, dass die den Stadtraum prägenden und in ihn hineinwirkenden Fassaden mit ihren Bauteilen nicht verdeckt werden und damit die Ortstypik des Straßenraumes nicht verloren geht.

## § 9 <sup>8</sup>Werbung auf Baugerüsten

- (1) Werbung auf Baugerüsten kann zugelassen werden, wenn sie der beabsichtigten Gebäudenutzung dient und dazu beiträgt, die vorübergehende optische Beeinträchtigung des Straßen- und Stadtbildes durch Einrüstung und Schutzplanen zu reduzieren und die Umgebung nicht verunstaltet. Sie darf nur für die zur Durchführung der Bauarbeiten erforderlichen Rüstzeit angebracht werden.
- (2) Ist beabsichtigt, mehr als nur eine Werbefläche als Baugerüstwerbung anzubringen, so soll die Gestaltung der Gerüstfläche *einem* bestimmten Gestaltungskonzept folgen. Die gesamte Gerüstwerbefläche ist eine Werbeanlage i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 c) LBauO.
- (3) Die Anbringung unterschiedlicher und voneinander unabhängiger Werbeanlagen auf Baugerüsten ist unzulässig.

### <sup>8</sup>Begründung zu § 9 „Werbung auf Baugerüsten“

Werbungen auf Baugerüsten dürfen die von ihnen verdeckten Fassaden nicht mehr als die Baugerüste selbst beeinträchtigen. Zwar wirken diese durch ihre Erscheinung in den Straßenraum hinein. Diese ist jedoch nur für die Zeit der Gerüststellung vorhanden. Da durch diese Satzung die Möglichkeit zur Außenwerbung im Vergleich zur aktuellen Rechtslage eingeschränkt wird, stellt die Baugerüstwerbung, wenn sie denn der neu zu errichtenden Nutzung selbst dient, einen gewissen Ausgleich dahingehend dar, dass die Bekanntmachung der Einrichtung einer neuen gewerbsmäßigen Nutzung unterstützt wird.

Sie können sogar zu einer Verbesserung der Baustellensituation beitragen, indem der Blick auf die Baugerüste und die Baustelle selbst für die Dauer der Bauzeit verhindert wird. Dies wird dann sichergestellt, wenn das Gerüst nicht dazu dient, eine Fülle unterschiedlicher und voneinander unabhängiger Werbeflächen anzubringen.

## § 9a - <sup>9</sup>Automaten

Automaten sind nur in Haus- und Ladeneingängen, Hofeinfahrten oder Passagen zulässig.

### <sup>9</sup>Begründung zu § 9a „Warenautomaten“

Für Werbeanlagen gilt, dass sie die architektonischen Besonderheiten eines Hauses und stadträumlichen Bezüge nicht beeinträchtigen dürfen. Bauteile und Gliederungselemente von Fassaden dürfen nicht überdeckt werden. Da Automaten in einer Höhe von 1 – 1,5 m über dem Laufniveau angebracht werden müssen, kommt dafür nur die Fassadefläche zwischen den Öffnungen der Erdgeschossfassade in Frage. Damit wird die Gesamtwirkung der Fassade beeinträchtigt, da die „Pfeiler- bzw. Flächenwirkung“ der Erdgeschoßfassade in diesem Bereich beschnitten wird. Warenautomaten dürfen darum nicht an Straßenfassaden aufgehängt werden.

§ 5 Absatz 1 der Sondernutzungssatzung verliert damit seine Bedeutung. Danach bedürfen Warenautomaten keiner Sondernutzungsgenehmigung, wenn sie höchstens 30 cm in den Gehweg hineinragen und der Gehweg mindestens 1,50 m breit ist.



## **Dritter Teil**

### **Abweichungen, Ordnungswidrigkeiten, Schlussbestimmungen**

#### **§ 10 Abweichungen**

Von den Vorschriften dieser Satzung kann auf schriftlichen Antrag hin eine Abweichung zugelassen werden, wenn die Durchführung der Vorschrift im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen und den allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung vereinbar ist.

#### **§ 11 <sup>10</sup>Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig im Sinne des § 24 (5) der Gemeindeordnung handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage gem. §§ 1 und 4 dieser Satzung errichtet oder ändert, ohne die hierfür erforderliche Genehmigung zu besitzen. Ordnungswidrig handelt auch, wer vorsätzlich oder fahrlässig von der erteilten Genehmigung abweicht, wenn die Abweichung einer erneuten Genehmigung bedurft hätte. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 3000 € geahndet werden.
- (2) Ordnungswidrig im Sinne des § 24 (5) der Gemeindeordnung handelt, wer wider besseren Wissens unrichtige Angaben macht oder unrichtige Pläne oder Unterlagen vorlegt, um einem nach dieser Satzung vorgesehenen Verwaltungsakt zu erwirken oder zu verhindern. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 1500 € geahndet werden.

#### **<sup>10</sup>Begründung zu § 11 „Ordnungswidrigkeiten“**

Der Geltungsbereich der Werbesatzung umfasst einen besonders schützenswerten Teil der Stadt Trier. Rechtswidriges Verhalten innerhalb des besonders schutzwürdigen Teiles der Innenstadt muss darum in einem Maß geahndet werden, welches von den in der übrigen Stadt üblichen Rahmensätzen abweicht. Die Ermittlung der Bußgelder orientiert sich an den im besonderen Gebührenverzeichnis festgelegten Genehmigungsgebühren für Werbeanlagen. Die Genehmigungsgebühren werden wie folgt ermittelt:

Werbeanlagen bis 5 m<sup>2</sup>: 50 € - 150 €  
Werbeanlagen bis 10 m<sup>2</sup> 100 € – 250 €  
Werbeanlagen > 10 m<sup>2</sup> 150 € - 350 €

Die Bußgelder werden nach den Rahmensätzen der oberen Bauaufsichtsbehörde mit dem 3-fachen bei Fahrlässigkeit und dem 5-fachen der fiktiven Genehmigungsgebühr bei Vorsatz geahndet. Um der besonderen Schutzwürdigkeit der Trierer Innenstadt im Hinblick auf die Zielsetzungen dieser Satzung gerecht zu werden, wird die Höhe der Bußgelder mit dem doppelten des Regelsatzes festgelegt, zum Beispiel:

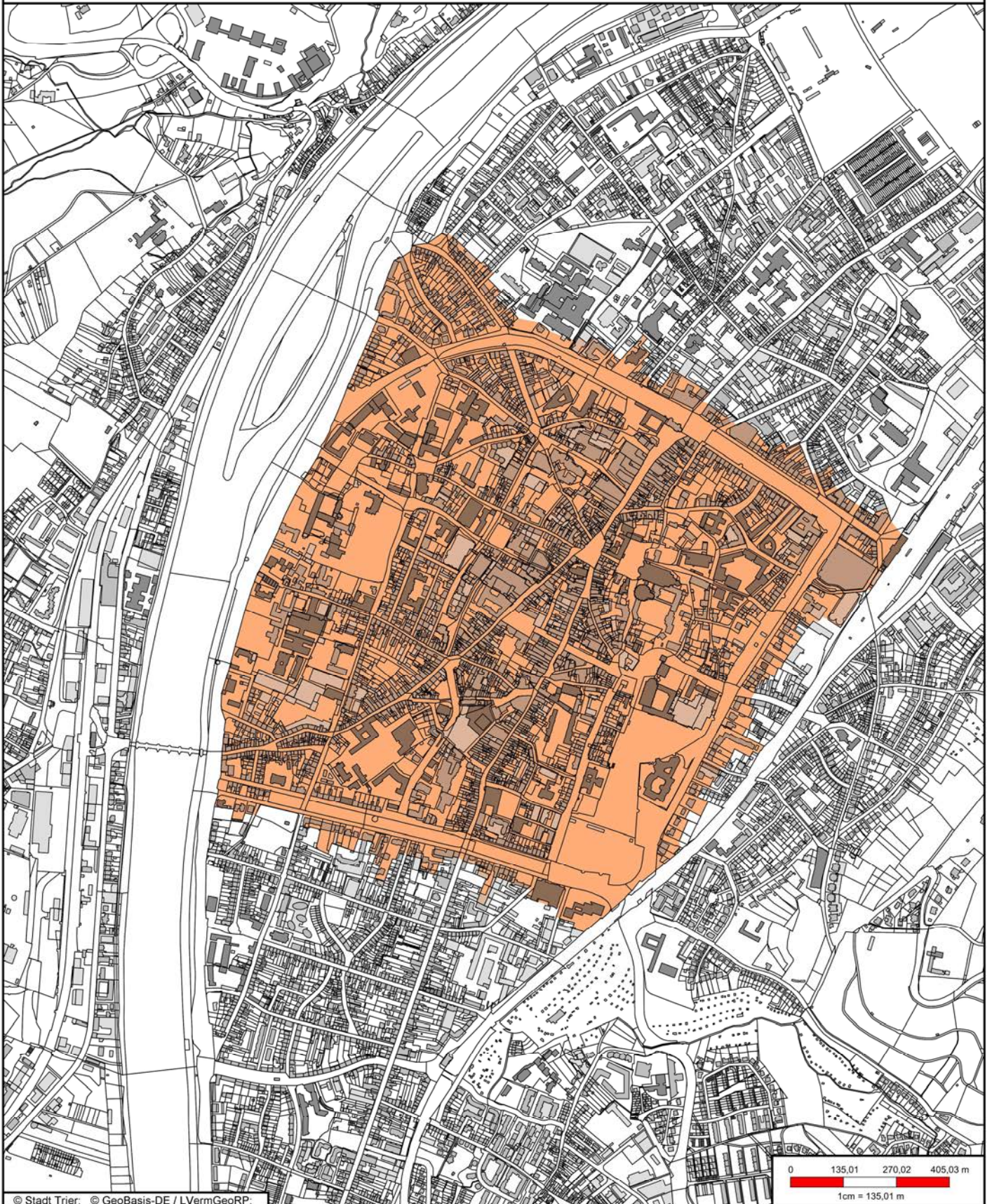
Rechtswidrig aufgehängte Werbeanlage: Genehmigungsgebühr in der Regel 100 €, Bußgeld bei Fahrlässigkeit 3 x 100 € x 2 = 600 €, Bußgeld bei Vorsatz 5 x 100€ x 2 = 1000 €.

## **§ 12 Inkrafttreten, Außerkrafttreten bestehender Vorschriften**

- (1) Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Die Satzung über die Zulässigkeit, die Anbringung und die Gestaltung von Außenwerbung sowie Automaten in der Stadt Trier vom 12. Oktober 1977, in Kraft getreten am 19. Oktober 1977 wird hiermit formell aufgehoben.

Trier, den 17.12.2008

Der Oberbürgermeister  
Klaus Jensen



© Stadt Trier, © GeoBasis-DE / LVermGeoRP.

Maßstab: 1 : 13.501  
Datum: 25.11.2021  
Bearbeiter: wallnera

Vervielfältigungen für eigene Zwecke zugelassen. Eine Vermarktung und Veröffentlichung sowie eine Umwandlung zur Anlegung von flächenhaften Datenbeständen bedarf der besonderen Genehmigung.

Bei einer zulässigen Umwandlung des Auszuges in eine digitale Form (z. B. PDF) sowie deren Druckausgaben sind zur Gewährleistung der Maßstäblichkeit die jeweiligen Einstellungsparameter zu beachten.

Basiskarte: Liegenschaftskarte der Vermessungs- und Katasterverwaltung.

