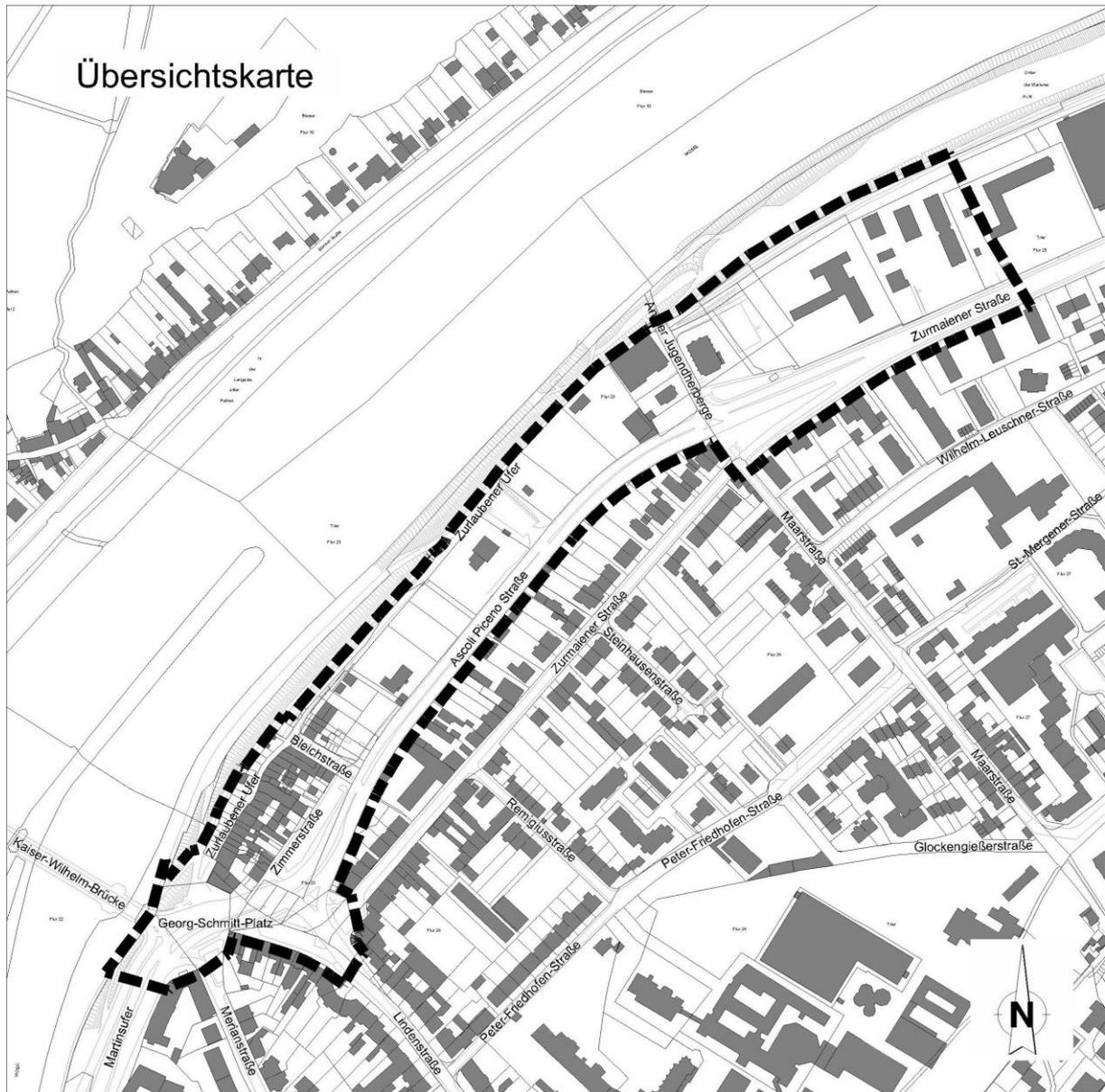


STADT TRIER • GESTALTUNGSSATZUNG

„Großflächenwerbung Zurlauben bis Castel Feuvrier“

Begründung



Stadtplanungsamt Trier, März 2015

Stand: Satzungsbeschluss



Inhaltsverzeichnis

§ 1	Gegenstand und Ziel der Satzung	2
1.1	Räumlicher Geltungsbereich	2
1.2	Sachlicher Geltungsbereich	2
1.3	Genehmigungspflicht	2
§ 2	Werbeanlagen	2
2.1	Allgemeine Anforderungen, Ausführung und Gestaltung.....	2
2.2	Ort und Anzahl der Werbeanlagen.....	3
§ 3	Abweichungen	5
§ 4	Ordnungswidrigkeiten.....	5
§ 5	Inkrafttreten	5

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 nördliche Stadteingang von Trier ist durch eine sehr heterogene Struktur geprägt. Der Bereich des Verteilerkreises in Richtung Innenstadt weist eine hohe gewerbliche Nutzung sowie einen Schwerpunkt an Sportstätten auf. Richtung Innenstadt wird der Stadteingang jedoch zunehmend durch Wohnbebauung sowie das historische Zurlaubener Ufer, mit verschiedenen gastronomischen Angeboten entlang des Moselufers, geprägt.

Insbesondere im Bereich der Stadteingänge wird die Stadt Trier 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 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 Bereich des historischen Zurlaubens, der ehemaligen Kabinenbahn sowie den weiteren Verlauf bis zum ehemaligen Kasernenareal Castel Feuvrier zu treffen.

§ 1 Gegenstand und Ziel der Satzung

1.1 Räumlicher Geltungsbereich

- a) *Der räumliche Geltungsbereich der Satzung ist im Lageplan dargestellt.*
- b) *Der Geltungsbereich umfasst den östlichen Brückenkopf der Kaiser-Wilhelm-Brücke mitsamt dem Bereich Zurlauben, das Grundstück der ehemaligen Kabinenbahn sowie einem Abschnitt der Ascoli Piceno Straße und Zurmaiener Straße bis zum ehemaligen Kasernenareal Castel Feuvrier.*

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 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. Erneuerungen sowie geringfügige Änderungen können zugelassen werden.*

1.3 Genehmigungspflicht

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 m².

§ 2 Werbeanlagen

2.1 Allgemeine Anforderungen, Ausführung und Gestaltung

- a) *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.

- b) Die Beleuchtung der Werbeanlagen muss blendfrei sein. Hinterleuchtete Werbeanlagen sind nur bis zu einer Größe von 2 qm zulässig. Digitale Werbeanlagen, Werbeanlagen mit laufendem, wechselndem oder blinkendem Licht sowie durch Motoren angetriebene, sich bewegende Werbeanlagen sind unzulässig.*
- c) 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. Digitale Werbeanlagen, Werbeanlagen mit laufendem, wechselndem oder blinkendem Licht sowie durch Motoren angetriebene, sich bewegende Werbeanlagen sind aufgrund ihrer dominanten Wirkung auf den öffentlichen Raum nicht zulässig. Gerade Video-Walls und City-Light-Boards stellen angesichts ihrer Größe, der Bewegung der Bilder sowie der Lichtspiegelungen erhebliche Eingriffe in das Stadtbild dar und können durch Ablenkungseffekte überdies die Verkehrssicherheit beeinträchtigen.

Hinsichtlich der ansässigen gastronomischen und gewerblichen Nutzungen werden hinterleuchtete Werbeanlagen bis zu einer Größe von 2 qm zugelassen, um insbesondere Eigenwerbung und Hinweise auf die zumeist im rückwärtigen Bereich befindlichen Betriebe weiterhin zu ermöglichen.

2.2 Ort und Anzahl der Werbeanlagen

- a) Werbeanlagen sind nur bis zu einer Größe von 6 qm Werbefläche zulässig. Freistehende Werbeanlagen sind nur bis zu einer Gesamthöhe von maximal 3,00 m zulässig.*
- b) 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 oder Anlagen mit einer Größe von bis zu 6 qm ein Abstand von mindestens 40 m eingehalten werden.*

- c) *Werbeanlagen oberhalb der Traufkante, auf Dächern und auf überwiegend fensterlosen Fassaden oder Giebeln sind unzulässig.*

Begründung

Der Stadteingang vom ehemaligen Kasernenareal Castel Feuvrier bis zum Brückenkopf Kaiser-Wilhelm-Brücke weist derzeit eine heterogene Nutzungsstruktur auf. Der historische Bereiche des Zurlaubener Ufers ist vornehmlich gastronomisch genutzt. Das Umfeld der ehemaligen Kabinenbahn ist durch größere unbebaute Grundstücke sowie das leerstehende und teilweise abgebrochene Kabinenbahngelände geprägt. Derzeit wird für diesen Bereich eine Umnutzung initiiert, welche den denkmalgeschützten Bereich des Zurlaubener Ufers ergänzen soll. Im weiteren Verlauf dienen die größeren Grundstücke zwischen Mosel und Zurmaiener Straße Sportstätten, einer Jugendherberge sowie studentischem Wohnen. Die gegenüberliegende Straßenseite ist vornehmlich durch Wohnen geprägt. Insbesondere in diesem Straßenabschnitt der Zurmaiener - und der Ascoli Piceno Straße befinden sich gegenwärtig einige freistehende wie auch an Nebengebäuden angebrachte, großflächige Werbeanlagen. Die Errichtung von weiteren großflächigen Werbeanlagen würde die bestehende städtebauliche Situation stark negativ beeinflussen und zu einer nicht verträglichen Häufung von Anlagen führen. Dies würde auch die zukünftige Entwicklung entlang des Moselufers bereits im Vorfeld stark einschränken. Aus diesem Grund werden, entsprechend der städtebaulichen Situation, Werbeanlagen nur bis zu einer Größe von max. 6 qm zugelassen. Hierdurch soll die Zahl der möglichen Werbeanlagen einerseits begrenzt werden und andererseits den künftigen Gewerbe- und Dienstleistungstreibenden weiterhin ermöglicht werden Eigenwerbung zu betreiben.

Zudem wird die Gestaltung der zulässigen Werbeanlagen durch eine Begrenzung der Werbeflächengröße sowie der Gesamthöhe gesteuert, 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). 2 Werbeanlagen dieser Größe können im Bereich der Satzung in unmittelbarer Nachbarschaft errichtet werden. Weitere Anlagen oder auch Anlagen mit einer Größe von bis zu 6 qm müssen mit einem Mindestabstand von 40 m von Anlagen untereinander auf einem Grundstück einhalten. Hierdurch soll eine unverträgliche 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 der festgesetzten Größe der Werbeanlagen kann für Werbeanlagen der Eigenwerbung gemäß § 69 LBauO im Einzelfall geringfügig abgewichen werden.

Begründung

Gerade Werbeanlagen der Eigenwerbung stellen sich in ihrer Gestaltung anders dar, als die zumeist normierten Anlagen, wie sie z.B. für Plakatwerbung Verwendung finden. Insbesondere kann dies für die Größe der Werbefläche gelten, die z. B. durch kleinere Banner oder nicht normierte Maße eine andere Wirkung entfalten können, als eine typische großflächige Plakatwerbung. Aus diesem Grund können im Rahmen dieser Satzung geringfügige Abweichungen von der festgesetzten Größe, 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), geändert durch Gesetz vom 19.08.2014 (GVBl. S. 181), 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 Formvor-*

schriften 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.

Trier, Mai 2015

gez. Andreas Ludwig, Beigeordneter

Anhang

1. Ausführung Anzahl der Werbeanlagen

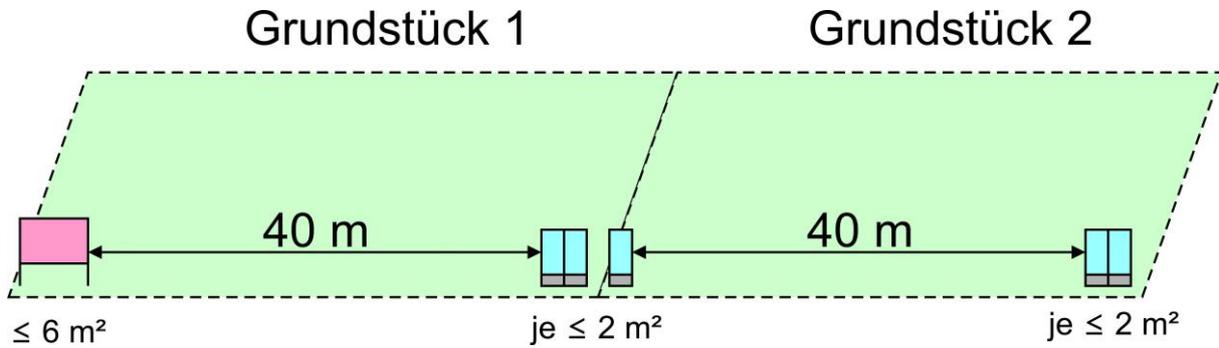


Abb. 1: mögliche Ausführung der Werbeanlagen auf dem Grundstück

2. Beispiele zulässiger und unzulässiger Werbeanlagen



Abb. 2 (oben links): zulässige Werbeanlage bis 2 qm

Abb. 3 (beide unten): unzulässige, großflächige Werbeanlagen



3. Übersichtskarte Geltungsbereich

