

Begründung

zur

Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen im Stadtgebiet von Laupheim

Für das Anwesen Biberacher Str. 10 liegt ein Bauantrag zur Errichtung einer großformatigen Werbetafel mit den Maßen 3,76 m x 2,76 m und einer Gesamthöhe von knapp 4 m vor. Werbetafeln dieser Art stören durch ihre Größe das Ortsbild merklich. Der Inhalt dieser Tafeln hat außerdem keinen Ortsbezug. Im konkreten Fall kommt erschwerend hinzu, dass auf der gegenüberliegenden Seite der Straße nach erfolgtem flächenhaften Abriss eine Neubebauung im Zugangsbereich zur Innenstadt auf hohem architektonischen Niveau durchgeführt wird. Diese aufwendige Maßnahme würde durch die Plakattafel teilweise wieder entwertet werden.

Bereits in der Vergangenheit wurden ähnliche Anträge gestellt, durch die Änderungen an den örtlichen Bauvorschriften rechtskräftiger Bebauungspläne erforderlich waren.

Im konkreten Fall ist kein Bebauungsplan vorhanden; wegen des Fehlens jeglicher Gestaltungsvorschriften müsste das Baugesuch daher genehmigt werden. Es besteht aber auch die Möglichkeit, eine Gestaltungssatzung nach § 74 LBO aufzustellen. Sobald das Aufstellungsverfahren für diese Satzung läuft, kann das Baugesuch nach § 15 BauGB zurückgestellt werden. Das ist im konkreten Fall auch erfolgt.

Dieses Vorhaben wurde zum Anlass genommen, die Zulässigkeit von Werbeanlagen in der Kernstadt, soweit Bedarf besteht, generell zu regeln. Dabei haben sich folgende Bereiche herauskristallisiert:

- Das Stadtzentrum, umfassend Marktplatz, Mittelstraße, Rabenstraße und Teile von Kapellenstraße und Hasenstraße, sowie der Einzelhandel an der Simmiggasse (Zone 1)
- Der erweiterte Innenstadtbereich, umfassend die Flächen entlang Kapellenstraße, Teilen der Ulmer Straße, Parkweg, Herrenmahl und Teile der Lange Straße (Zone 2)
- Die Gewerbegebiete (Zone 3)

Die Innenstadt hat sich in Hinblick auf Handel und Dienstleistungen gut entwickelt, was sich auch an der Häufigkeit und Verschiedenheit der Werbeanlagen ablesen lässt. Die positiven Gestaltungsziele, die im Stadtzentrum verfolgt werden, haben sich in einer umfänglichen Neu- und Umgestaltung niedergeschlagen, die in derzeit in Aufstellung befindlichen Konzepten zur Stadtentwicklung weiterverfolgt wird. Darüber hinaus gibt es auch einzelne historisch wertvolle Gebäude, die insbesondere dem Marktplatz ein besonderes Ambiente verleihen. Regelungen hinsichtlich der Werbeanlagen sind nicht vorhanden, auch in vorhandenen Bebauungsplänen gibt es kaum Aussagen.

Die zentrumsnahen Gebiete entwickeln sich nach und nach zu bevorzugten Wohnstandorten – es findet seit Jahren eine Umstrukturierung den Bau von Mehrfamilienhäusern teilweise in Kombination mit Geschäftshäusern statt. Insgesamt ist damit zu rechnen, dass diese Bereiche eine weitere Aufwertung erfahren. Die Mischnutzung soll dabei erhalten bleiben. Teilweise wurden Sanierungsgebiete ausgewiesen. Die Verbesserung des Gesamtbildes soll durch die Regelung von Werbeanlagen unterstützt werden.

Generelles Ziel dieser Satzung ist, die Gestaltung von Werbeanlagen dahingehend zu beeinflussen, dass die Fassadenflächen der städtischen Gebäude mehr in den Vordergrund treten und nicht von flächigen Werbeanlagen, Tafeln oder Transparenten verdeckt sind.

Die Gewerbegebiete haben vielfach keinerlei Festsetzungen hinsichtlich Werbeanlagen, in anderen Fällen sind sie zu unflexibel, uneinheitlich und schwer anwendbar. Hier ist eine Vereinheitlichung anzustreben, indem der Geltungsbereich auch auf diese Gebiete ausgedehnt wird.

Die Festsetzungen gehen auf die unterschiedlichen Eigenheiten der Baugebiete ein, indem in Anlehnung an die BauNVO zwischen Kerngebieten, Gewerbegebieten, Mischgebieten und Wohngebieten unterschieden wird.

In Zone 2 sind außer Mischgebieten auch Flächen für den Gemeinbedarf, Allgemeine und Besondere Wohngebiete vereint. Wegen ihres verschiedenartigen Charakters sind auch unterschiedliche Festsetzungen sachgerecht. Um hier gebietsscharfe Abgrenzungen treffen zu können, wurden zur Unterscheidung rechtskräftige Bebauungspläne, die Darstellungen des Flächennutzungsplans oder, wenn davon abweichend, die tatsächliche Nutzung herangezogen. Zur besseren Orientierung ist neben einem Plan, der den Geltungsbereich der einzelnen Zonen enthält, ein Detailplan beigelegt, der diese Aussagen in sich vereint hat.

Obwohl Mischgebiete dadurch heterogen sind, indem es sowohl gewerbliche Nutzung als auch Wohnnutzung gibt, geben sie vielfach ein in sich geschlossenes Bild ab. Daher sollten sie in gestalterisch bedeutenden Gebieten ebenfalls von der Satzung erfasst werden.

Um die Proportionen zwischen Gebäude und Werbeanlage besser zu berücksichtigen, wurde außerhalb der Kernbereiche eine prozentuale Angabe festgesetzt, mit der die Größe der Werbeanlage mit der der Fassadenfläche, an die sie angebracht werden sollen, ins Verhältnis gesetzt wird. Im Innenstadtbereich führt dies hingegen nicht zum Ziel, da hier häufig mehrere Betriebe auf einem Anwesen betroffen sind. Eine Obergrenze der Werbefläche läuft dann einer Gleichbehandlung zuwider. In den Mischgebieten außerhalb von Zone 1 wurde ebenfalls keine Flächenbegrenzung getroffen, da das ein faktisches Verbot von Großplakattafeln bedeutet hätte.

Großplakattafeln nach Euronorm können mit dieser Satzung aber nicht generell ausgeschlossen werden. Es soll aber durch Regelungen sichergestellt sein, dass diese Art von Werbeanlagen an Fassaden errichtet wird, an denen sie wegen ihrer Größe nicht unmaßstäblich wirken. Durch die Beschränkung auf eine Tafel pro Gebäude wird an sehr großen Fassaden die gestalterisch sehr problematische Massierung dieser Werbeanlagen verhindert.

Nach aktueller Rechtsprechung werden sogenannte Skybeamer ebenfalls zu den Werbeanlagen gezählt. Sie sind teilweise über mehrere Kilometer sichtbar und prägen damit das Ortsbild nachhaltig im negativen Sinne. Darüber hinaus tragen zur „Lichtverschmutzung“ bei.

Für zeitlich begrenzte Ereignisse können die Bestimmungen über eine Ausnahmeregelung gelockert werden, da hier das Interesse an einer Werbeanlage in diesem Fall schwerer wiegen kann, als gestalterische Ziele. Für Werbeanlagen in atypischen Fällen, bei denen eine Verbesserung des Ortsbildes oder zumindest keine Verschlechterung zu erwarten ist, sind ebenfalls Ausnahmen vorgesehen.

Laupheim, den 01.04.11, geändert am 20.06.11, geändert am 07.10.11

.....
Jacobsen
Stadtplanung

.....
Schmid-Selig
Stadtbaumeister