

Werbesatzung der Stadt Papenburg

Rechtskraft seit dem 13.10 2017

Präambel Ausgangssituation / Ziel der Satzung

Die Werbesatzung der Stadt Papenburg hat das Ziel zur Wahrung und Pflege des Stadtbildes der Stadt Papenburg beizutragen. Dazu zählen nicht nur die durch eine historische Baustruktur geprägten innerstädtischen Bereiche entlang des Hauptkanals, sondern auch die Ortsteile Obenende und Aschendorf mit ihrem jeweils prägenden Ortsbild. Die Einmaligkeit der Stadt Papenburgs in ihrer Gesamtheit und der Stadtteile soll damit erhalten und aufgewertet werden.

Werbung ist dabei ein selbstverständlicher Teil des Stadtbildes, insbesondere in den Geschäftsbereichen der Stadt. Die Stadt Papenburg hat als Mittelzentrum außerdem eine regional bedeutsame wirtschaftliche Funktion. Diese Funktion als Einzelhandels- und Gewerbestandort kann nur durch ein ansprechendes Stadtbild und einen geordneten Stadtraum erfüllt werden. Die stadträumliche Wirkung hat dabei auch einen Einfluss auf die Attraktivität der Stadt und ist ein Imagefaktor für Stadt und Gewerbetreibende.

Um die Alleinstellungsmerkmale des durch Gebäude, Straßen und Plätze gebildeten Stadtraums zu stärken und positiv zu gestalten, muss die Stadt einheitliche und verständliche Regelungen für die Gestaltung von Außenwerbeanlagen treffen. Aus diesem Grund stellt die Stadt Papenburg mit der vorliegenden Satzung eine neue Werbesatzung auf. Die Werbesatzung ist dabei eine Satzung für die Stadt und für die Gewerbetreibenden in Papenburg. Eine präzise Steuerung von Werbeanlagen erfolgt auch im Sinne von Gewerbetreibenden, da eine Vielzahl von unkoordiniert errichteten Werbeanlagen einen negativen Effekt auf das Stadtbild und folglich auch auf die Wahrnehmung von Geschäftsbereichen hat.

Rechtliche Grundlagen

Aufgrund des § 84 Abs. 3 Nrn. 1 und 2 der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO) in der Fassung vom 03.04.2012, zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 23. Juli 2014 (Nds. GVBl. S. 206), in Verbindung mit § 10 des Niedersächsischen Kommunalverfassungsgesetzes (NKomVG) in der Fassung vom 17.12.2010, zuletzt geändert durch § 4 des Gesetzes vom 12. November 2015 (Nds. GVBl. S. 434), hat der Rat der Stadt Papenburg in seiner Sitzung am 28.09.2017 die folgende *Werbesatzung* beschlossen.

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

- Die Satzung gilt für die in den Lageplänen gekennzeichneten Bereiche. Die Lagepläne mit dem Geltungsbereich im Maßstab 1: 5.000 ist Bestandteil der Satzung. Der gesamte räumliche Geltungsbereich der Werbesatzung ist in drei Zonen (A, B, C) eingeteilt. Zone A beinhaltet den Bereich entlang des Hauptkanals, am Splitting und entlang der Großen Straße in Aschendorf. Zone B beinhaltet die restlichen Geschäftsbereiche in den Stadtteilen Untenende, Obenende und Aschendorf sowie die Ausfallstraßen Kirchstraße und Friederikenstraße. Zone C den Bereich Deverweg und am Ems-Center sowie die Nahversorgungszentren in Obenende.

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

- Werbeanlagen im Sinne dieser örtlichen Bauvorschrift sind alle Anlagen gemäß § 50 der Niedersächsischen Bauordnung sowie Markisen, Warenautomaten und Fahnen, die gewerblichen Zwecken dienen.
- Die Anwendung des Niedersächsischen Denkmalschutzgesetzes bleibt von den Vorschriften dieser örtlichen Bauvorschrift unangetastet.
- Diese örtliche Bauvorschrift gilt für alle genehmigungspflichtigen und für alle genehmigungsfreien Werbeanlagen gemäß NBauO.
- Diese örtliche Bauvorschrift ist beim Neubau oder Umbau von Werbeanlagen anzuwenden. Bestehende Werbeanlagen haben Bestandsschutz. Genügen sie die den Vorschriften dieser Satzung nicht, sind sie bei einer Änderung oder Erneuerung anzupassen.

§ 3 Allgemeine Zulässigkeit von Werbeanlagen

Werbeanlagen sind unzulässig

- an und auf Dachflächen,
- an Bäumen und lebenden Hecken
- an Schornsteinen und ähnlich hochragenden Bauteilen
- in Vorgärten und auf öffentlichen Grünflächen einschl. Kanalseitenstreifen und Böschungen
- an Brücken und Leitungsmasten

Werbeanlagen an Einfriedungen, Türen und Toren sind zulässig, wenn sie an der Stätte der Leistung angebracht sind und eine Größe von 1 qm nicht überschreiten.

§ 4 Zulässigkeit und Gestaltungsgrundsätze von Werbeanlagen an Fassaden

Werbeanlagen an Gebäudefassaden sollen in Einklang mit den Fassadenelementen in Farbe, Form, Gliederung und Proportion gebracht werden, um sich insgesamt der Ansicht der Fassadenfläche unterordnen zu können. Im Detail gilt dazu:

- Flachtransparente müssen innerhalb der Fassade liegen und dürfen Wandöffnungen nicht überdecken.

- Der Abstand von Werbeanlagen zu Wandöffnungen, zu Gebäudeaußenkanten sowie von Werbeanlagen untereinander muss mindestens *0,25 m* betragen.
- Die Werbeanlagen an den Fassaden von aneinander gebauten und benachbarten Gebäuden dürfen nicht zusammengefasst werden.
- Werbeanlagen mit wechselndem und beweglichem Licht sind nicht zulässig.
- Flächenwerbung an Schau- und Ladenfenstern ist nur zulässig, wenn die bedeckte Fläche nicht mehr als 25 % der Fläche des jeweiligen Fensterglases überschreitet.

§ 5 Fassadenwerbung

- In den Teilbereichen A und B ist die Anbringung von flächenhaften Werbeanlagen an Fassaden (Flachtransparente) bis zur Höhe der Brüstung des ersten Obergeschosses zulässig.
- In den Teilbereichen A und B sind Flachtransparente bis zu einer Maximallänge von *6 m* zulässig.
- In den Teilbereichen A und B sind Flachtransparente nur zulässig, wenn sie maximal *2/3 der Länge* der Fassadenseite einnehmen.
- Insgesamt darf die Fläche aller angebrachten flächenhaften Werbeanlagen nicht 5 % der gesamten Fassadenfläche überschreiten.
- Rechtwinklig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) sind bis zur Brüstung des ersten Obergeschosses zulässig. Ihre Ansichtsfläche darf eine Größe von *0,75 qm* (umschließendes Rechteck) nicht überschreiten. Je *5 m* Fassadenbreite ist *1 Ausleger* zulässig. Ausleger dürfen dabei maximal *1,5 m* von der Gebäudekante herauskragen

§ 6 Werbeanlagen auf privaten Freiflächen

Für Werbeanlagen auf privaten Freiflächen gelten für die einzelnen Teilbereiche des räumlichen Geltungsbereichs folgendes:

Teilbereich A:

- Im Teilbereich A sind auf privaten Freiflächen jegliche Werbeanlagen unzulässig.

Teilbereich B:

- Werbeanlagen sind auf privaten Freiflächen in Form von Fahnenmasten, Pylonen, Stelen und Hinweisschildern zulässig.
- Die Größe der Ansichtsfläche der Werbeanlage darf *2 m²* je Seite nicht überschreiten. Dabei gilt nur die sichtbare reine Werbefläche ohne die Fläche von Bauteilen zur Aufstellung und Befestigung.
- Je Betriebsgrundstück ist *1 Pylon oder 1 Stele* mit einer Höhe von *4 m* über dem Straßenniveau, der zur Erschließung dienenden Straße, auf privaten Freiflächen zulässig.
- Je Betriebsgrundstück ist *1 Fahne* mit einer Höhe von *8 m* über dem Straßenniveau, der zur Erschließung dienenden Straße, auf privaten Freiflächen zulässig.

- Die Positionierung, der sich aus der Grundstückslänge und den o.g. Bestimmungen ergebenden Anzahl unterschiedlicher Werbeanlagen sollte in gleichmäßigen Abständen voneinander erfolgen.

Teilbereich C:

- Werbeanlagen sind auf privaten Freiflächen in Form von Fahnenmasten, Pylonen, Stelen und *Hinweisschildern* zulässig.
- Die Größe der Ansichtsfläche der Werbeanlage darf 8 m^2 je Seite nicht überschreiten. Die Ansichtsfläche ist die sichtbare reine Werbefläche ohne die Fläche von Bauteilen zur Aufstellung und Befestigung.
- Je Betriebsgrundstück ist *1 Pylon oder 1 Stele* mit einer Höhe von maximal 8 m über dem Straßenniveau, der zur Erschließung dienenden Straße, auf privaten Freiflächen zulässig.
- Je 10 m Betriebsgrundstück ist *1 Fahne* mit einer Höhe von maximal 8 m über dem Straßenniveau, der zur Erschließung dienenden Straße, auf privaten Freiflächen zulässig.
- Die Positionierung, der sich aus der Grundstückslänge und den o.g. Bestimmungen ergebenden Anzahl unterschiedlicher Werbeanlagen sollte in gleichmäßigen Abständen voneinander erfolgen. Innerhalb eines 10 m -Abschnitts des Betriebsgrundstücks dürfen maximal drei freistehende Werbeanlagen aufgestellt werden.

§ 7 Werbung in Industrie- und Gewerbegebieten (Sammelschildanlagen)

Die Werbung einzelner Betriebe in bestehenden und neuen Gewerbe- und Industriegebieten ist am Eingangsbereich des Gewerbe- oder Industriegebietes zu bündeln und auf Sammelschildanlagen zusammenzufassen.

- Die Größe der Sammelschildanlage ist abhängig von der Gebietsgröße zu wählen und darf 8 m^2 je Seite nicht überschreiten.
- Die Einzelwerbung auf den jeweiligen Privatgrundstücken erfolgt nach den Bestimmungen der §§ 4-6 dieser Satzung.

§ 8 Ausnahmen/Abweichungen

Für zeitlich begrenzte Anlässe wie Ausverkäufe, Wahlen oder ähnliche Sonderaktionen können Abweichungen von den §§ 4 – 6 dieser Werbesatzung erfolgen, wenn die Ausnahmen nicht länger als 4 Wochen im Jahr bestehen.

§ 9 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne des § 80 Abs. 3 NBauO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Baumaßnahme durchführt oder durchführen lässt, die nicht den Anforderungen dieser Örtlichen Bauvorschrift zur Regelung der Außenwerbung entspricht. Die Ordnungswidrigkei-

ten nach § 80 Abs. 3 NBauO können gemäß § 80 Abs. 5 NBauO mit Geldbußen bis zu 500.000 € geahndet werden.

§ 10 Inkrafttreten

Mit Bekanntmachung im Amtsblatt Nr. 29 des Landkreises Emsland vom 13.10.2017 ist die Werbesatzung der Stadt Papenburg in Kraft getreten.

§ 11 Außerkrafttreten

Mit Inkrafttreten dieser Örtlichen Bauvorschrift treten die Örtliche Bauvorschrift der Stadt Papenburg zur Regelung der Außenwerbung vom 18.12.1978 und die Örtliche Bauvorschrift zur Regelung der Außenwerbung im Stadtmittebereich vom 31.03.1994 außer Kraft.

Papenburg, den 29.09.2017

Der Bürgermeister