



Gemeinde Blaustein
Alb-Donau-Kreis
Beschlussvorlage

Beratungsgremium:

Gemeinderat

Sitzung am

12.11.2013

Vorlagen Nr.

59/2013

öffentlich
 nicht-öffentlich

Beratungsgegenstand:

Einfacher Bebauungsplan, Satzung über besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung von Werbeanlagen auf Gemarkung Ehrenstein / Klingenstein, im Bereich der B 28 und Ortsmitte
-Aufstellungsbeschluss-

Beschlussantrag:


Zustimmung zur Einleitung des Verfahrens und zum Aufstellungsbeschluss

Vorberatungen

**Ehrenstein-Klingenstein-Ausschuss
08.10.2013**

Empfehlung der Vorberatung:

Zustimmung


Thomas Kayser
Bürgermeister

Sachverhalt zur Problemsituation Werbeanlagen

1. Anlass und Ziel der Werbeanlagensatzung

In den letzten Jahren sind bei der Gemeinde Blaustein für die Bereiche der Ortsdurchfahrt B 28 vermehrt Bauanträge für großflächige Werbeanlagen, insbesondere Fremdwerbeanlagen, eingegangen. Das LRA bestätigt, dass dies ein allgemeiner Trend ist und derartige Anfragen nicht nur in Blaustein eingehen.

Im Bereich der Ortsdurchfahrt Klingenstein/Ehrenstein, Herrlingen, im Zuge der B 28 bestehen keine Bebauungspläne mit Regelungen zu Werbeanlagen. Es bestehen überwiegend nicht überplante Bereiche, die nach § 34 BauGB zum Innenbereich zählen. In den ausgewiesenen Gewerbegebieten bzw. Mischgebieten wurden bereits Festsetzungen bezüglich Werbeanlagen getroffen (s. Höhwiesen, Bahnhofsbereich, GWG an der B 28, Ehrensteiner Straße, B-Plan Lix).

Aus städtebaulicher Sicht ist eine Verunstaltung der Ortsdurchfahrt durch die störende Häufung von Plakatwänden mit Anzahl, Maß und der Art der beantragten Werbeanlagen nicht zu befürworten. Es wurden deshalb Überlegungen angestellt, welche rechtlichen Maßnahmen getroffen werden können, um Fremdwerbeanlagen zu verhindern und der damit verbundenen Verunstaltung des Ortsbildes Einhalt zu gebieten. Eine Verhinderung von Werbeanlagen ortsansässiger Firmen an den jeweiligen Stätten der Leistung ist dabei nicht vorgesehen.

Die Verwaltungsgerichte in verschiedenen Bundesländern haben in mehreren Urteilen zu Bauanträgen für Fremdwerbeanlagen sowohl die Festsetzungen für Werbeanlagen in Bebauungsplänen als auch die Vorgaben von Werbeanlagensatzungen für nichtig erklärt. Gemäß den Urteilsbegründungen ist ein genereller Ausschluss von Werbeanlagen nur möglich, wenn besondere ortsgestalterische Gründe vorliegen wie z.B. der Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze u. Ortsteile von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung sowie von Bau- und Naturdenkmalen. Die Satzungen müssen somit differenzierte örtliche Gegebenheiten und Besonderheiten berücksichtigen und können keinen pauschalen Ausschluss beinhalten.

Verbote bzw. Vorgaben für die Gestaltung von Werbeanlagen können nur im Zusammenhang mit dem jeweiligen städtischen Umfeld, in dem sie errichtet werden sollen, beurteilt werden. Die städtebauliche Schutzwürdigkeit bildet die Vorgabe für besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung von Werbeanlagen. Hierzu ist die Bestimmung differenzierter Teilbereiche mit unterschiedlicher städtebaulicher Schutzwürdigkeit notwendig.

Die entsprechenden örtlichen Bauvorschriften zu Werbeanlagen können nur durch Festsetzungen in Bebauungsplänen nach § 30 BauGB sowie in eigenständigen Ortssatzungen (Örtliche Bauvorschriften) gemäß 74 Abs. 1 Nr. 2 LBO festgelegt werden. Zur Gewährleistung einer rechtssicheren Planung wird vorgeschlagen, die Satzung im Rahmen eines einfachen Bebauungsplans gemäß § 30 Abs. 3 BauGB zu erstellen.

Ziel ist es, auf der Grundlage der bestehenden Rechtsprechung für die unterschiedlichen städtebaulichen Bereiche des vorgesehenen Plangebietes von Blaustein eine Gestaltungssatzung für Werbeanlagen zu erstellen. Mit diesen örtlichen Bauvorschriften sollen Verunstaltungen verhindert und die städtebauliche Gestaltung positiv beeinflusst werden.

2. Grundlagen zur Erstellung einer Werbeanlagensatzung

2.1 Definition Werbeanlagen

Werbeanlagen sind örtlich gebundene Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbung, Schaukästen sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

Keine Werbeanlagen gemäß § 2 Abs. 9 Satz 3 LBO sind:

- Werbeanlagen, die im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden, während der Dauer des Wahlkampfes
- Werbeanlagen in Form von Anschlägen
- Werbeanlagen an Baustellen, soweit sie sich auf das Vorhaben beziehen
- Lichtwerbung an Säulen, Tafeln oder Flächen, die dafür baurechtlich genehmigt sind
- Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen
- Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften

Fremdwerbeanlagen sind eigenständige sonstige Gewerbebetriebe (BauNVO), die außerhalb der Stätte der Leistung z.B. Produkte oder Dienstleistungen anpreisen.

2.2 Bestehende rechtliche Regelungen nach LBO und anderen Gesetzen

Nach § 11 LBO (**Gestaltung**) sind bauliche Anlagen mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, dass sie das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht verunstalten oder deren beabsichtigte Gestaltung nicht beeinträchtigen. Weiterhin sind bauliche Anlagen so zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander nicht verunstaltend wirken.

Diese Vorgaben gelten auch für Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen sind und für Automaten, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

Gemäß § 11 Abs. 4 LBO sind in reinen und allgemeinen Wohngebieten sowie in Kleinsiedlungsgebieten nur für Anschläge bestimmte Werbeanlagen an der Stätte der Leistung zulässig.

Verfahrensfreie Werbeanlagen gemäß **Anhang zu § 50 LBO** sind:

- Werbeanlagen im Innenbereich bis 1,0 m² Ansichtsfläche
- Werbeanlagen in durch Bebauungsplan festgesetzten Gewerbe- und Industriegebieten und vergleichbaren Sondergebieten an der Stätte der Leistung bis zu 10 m Höhe über der Geländeoberfläche
- Vorübergehend angebrachte oder aufgestellte Werbeanlagen im Innenbereich an der Stätte der Leistung oder für zeitlich begrenzte Veranstaltungen
- Automaten

Gemäß § 74 Abs. 1 Nr. 2 LBO können durch örtliche Bauvorschriften in Bebauungsplänen sowie in Werbeanlagensatzungen Anforderungen an Werbeanlagen und Automaten zur Durchführung baugestalterischer Absichten, zur Erhaltung schützenswerter Bauteile, zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze und Ortsteile von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung sowie zum Schutz von Kultur- und Naturdenkmälern durch Gemeinden aufgestellt werden. Insoweit können Vorgaben zur Art, Größe, Farbe und Anbringungsort sowie den Ausschluss bestimmter Werbeanlagen bestimmt werden.

Gemäß § 33 Straßenverkehrs-Ordnung (STVO) ist außerhalb geschlossener Ortschaften jede Werbung und Propaganda durch Bild, Schrift, Licht oder Ton, wenn dadurch am Verkehr Teilnehmende in einer den Verkehr gefährdenden oder erschwerenden Weise abgelenkt oder belästigt werden können, verboten. Auch durch innerörtliche Werbung und Propaganda darf der Verkehr nicht in solcher Weise gestört werden. Einrichtungen, die Zeichen oder Verkehrseinrichtungen gleichen, mit ihnen verwechselt werden können oder deren Wirkung beeinträchtigen können, dürfen dort nicht angebracht oder sonst verwendet werden, wo sie sich auf den Verkehr auswirken können. Werbung und Propaganda in Verbindung mit Verkehrszeichen und Verkehrseinrichtungen sind unzulässig.

Gemäß § 4 Allgemeines Eisenbahngesetz (AEG) sind Bahn nahe Werbeanlagen mit Beleuchtung und Werbeflächen so zu gestalten sind, dass eine Beeinträchtigung und Leichtigkeit des Eisenbahnverkehrs (insbesondere Blendung des Eisenbahnpersonals und eine Verwechslung mit Signalbegriffen der Eisenbahn) jederzeit ausgeschlossen ist.

2.3 Probleme bei der Planung und Genehmigung von Werbeanlagen

Die Problemsituation ist, entsprechend der angeführten Ausführungen, dass nach aktueller Rechtsprechung praktisch keine Möglichkeit besteht, großflächige Werbeanlagen (Euro-Norm) und Fremdwerbeanlagen in festgesetzten und faktischen Mischgebieten auszuschließen. Diese Werbeanlagen werden nach der Rechtsprechung dort als nicht störend angesehen. In reinen Wohngebieten (WR) sind sie jedoch grundsätzlich und in allgemeinen Wohngebieten im Allgemeinen nicht zulässig.

Nach gültigem Baurecht sind Werbeanlagen als genehmigungspflichtige bauliche Anlagen zu bewerten (größer 1 m²). Dies ist im Einzelfall bei der Baugenehmigung zu berücksichtigen. Weiterhin dürfen Werbeanlagen an Straßen keine Verkehrsgefährdung darstellen (z.B. Werbeanlagen vor Ampelanlagen/Kreuzungen). Das trifft z.B. an verschiedenen Stellen an der B 28 zu.

In festgesetzten und faktischen Wohngebieten besteht außerdem das "Verunstaltungsverbot" nach LBO. Nach dieser Vorschrift sind bauliche Anlagen mit ihrer Umgebung derart in Einklang zu bringen, dass sie das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild nicht verunstalten. Eine Verunstaltung liegt dann vor, wenn "ein hässlicher, das ästhetische Empfinden des Betrachters nicht bloß beeinträchtigender, sondern verletzender Zustand" geschaffen würde. Die Störung muss demnach erheblich, d.h. wesentlich sein.

Von der bloßen Verweigerung des Einvernehmens im Zuge von beantragten Baugenehmigungen zur Errichtung von Werbeanlagen ist abzuraten. Das Einvernehmen nach § 30 BauGB darf nur dann verweigert werden, wenn eindeutige rechtliche Gründe der Genehmigung entgegenstehen. Hintergrund ist die Tatsache, dass bei einem rechtswidrig versagten Einvernehmen eine Schadensersatzpflicht der Gemeinde gegenüber den Antragstellern begründet werden kann.

Bei beantragten Werbeanlagen, deren Grundstücke an der Stätte der Errichtung keinem Bebauungsplan unterliegen, kann das Einvernehmen unter dem gleichzeitigen Hinweis auf bestehende Bedenken bezüglich der Beeinträchtigung der Sicherheit und Leichtigkeit des Straßenverkehrs von der Baurechtsbehörde versagt werden. Diese Abwägung hat die Baurechtsbehörde in der ihrer Zuständigkeit unterfallenden Prüfung der Belange vorzunehmen. Erfolgsaussichten bestehen hier jedoch nur in Einzelfällen.

Im Ergebnis wird im Hinblick auf die Entwicklung der Rechtsprechung keine Möglichkeit gesehen, ein generelles Fremdwerbungsverbot entweder mittels einer Werbeanlagensatzung im Bereich eines Mischgebiets nach § 6 BauNVO durchsetzen zu können. Ein Ausschluss ist lediglich für Werbeanlagen denkbar, die als deutlich störend empfunden werden können, so z.B. für "Mega-Light-Werbeanlagen". Diese gehen bezüglich ihrer störenden Eigenschaften allerdings über die beantragten Plakatanschlagtafeln im Euro-Format hinaus.

Bei dem Erlass örtlicher Bauvorschriften darf nicht gegen das Grundrecht auf Eigentum nach Art. 14 Abs. 1 Satz 1 GG verstoßen werden. Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts gehören baugestalterische Regelungen über die Benutzung bebauter oder unbebauter Grundstücke zum Zweck der Werbung zu den Vorschriften, durch welche Inhalt und Schranken des Eigentums im Sinne des Art. 14 Abs. 1 Satz w G bestimmt werden können.

In verschiedenen umliegenden Gemeinden wurden Satzungen bzw. Bebauungspläne zu Werbeanlagen bereits beschlossen, jedoch wurde eine Satzung bereits durch das Verwaltungsgericht für nicht nichtig erklärt. Kritischer Punkt ist dabei die Nichtzulassung von Fremdwerbung in Mischgebieten.

3. Aussagen der Rechtsprechung (Urteile mehrerer Verwaltungsgerichte)

3.1 Generelle Verbote und Abgrenzung von Geltungsbereichen

Der Tenor von Urteilen zu Werbeanlagen ist zusammenfassend wie folgt anzuführen:

- Ein genereller Ausschluss von Fremdwerbbeanlagen im Mischgebiet ist unzulässig. Ein Verbot kann nur erfolgen, wenn ortsgestalterische Gründe vorliegen.
- Ein generelles Verbot der Errichtung von Werbeanlagen ist nur gerechtfertigt, wo Gründe der bauordnungsrechtlichen Ortsbildgestaltung ein entsprechendes Verbot erfordern.
- Eine gemeindeweite Verbotssatzung ist rechtswidrig. Es sind verschiedene Bereiche mit Unterschieden im Ortsbild und der Schutzwürdigkeit bzw. Schutzbedürftigkeit abzugrenzen.
- Die Abstufung der Schutzwürdigkeit kann nach Baugebieten, Bauquartieren und Straßenzügen erfolgen.
- Verbote bzw. Vorgaben zur Gestaltung von Werbeanlagen können nur im Zusammenhang mit dem jeweiligen städtischen Umfeld, in dem sie errichtet werden sollen, beurteilt werden.
- Grundsätzlich ist eine Werbeanlagensatzung in besonderem Maße auf das betroffene Gebiet auszurichten.

3.2 Schutzbedürftigkeit von Gebieten

Begriffe u. Kriterien können entsprechend Urteilen der Verwaltungsgerichte zur Bestimmung ortsgestalterischer Gründe der Schutzbedürftigkeit von Gebieten wie folgt definiert werden:

- besonderes Ortsbild: Ortsteile von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung
- Schutz bestimmter Bauten, Straßen und Plätze
- architektonische Gliederung, ortstypische Gestaltungselemente
- Schutz ortstypischer ortsprägender Baugestaltung
- besonderer architektonischer Wert von Gebäuden
- ortsbildprägende Sichtachsen
- ortsbildprägende Raumbezüge
- wesentliche Straßenräume
- historische Bausubstanz
- Kunst- und Naturdenkmale

Ortsbildgestalterische Belange sind grundsätzlich von Gewicht in Altstadtbereichen und Wohngebieten. Beeinträchtigungen des Ortsbildes in Gewerbe- und Industriegebieten und vergleichbaren Sondergebieten sind nicht ohne weiteres benennbar.

4. Weiteres Vorgehen

Das Ziel, mit Erlass einer Satzung die Werbeanlagen an der B 28 rechtlich ganz zu verhindern, dürfte nicht möglich sein, da der Bereich B 28 überwiegend als Mischgebiet einzustufen ist. Es wird daher vorgeschlagen eine entsprechende Satzung für den Bereich der B 28 und Ortsmitte, unterteilt in die einzelnen Gebietskategorien der BauNVO im Rahmen eines einfachen Bebauungsplans zu erlassen. Das Verfahren zum Erlass der örtlichen Bauvorschriften zur Regelung der Gestaltung von Werbeanlagen erfolgt über die Anhörung der Träger öffentlicher Belange und eine öffentliche Auslegung des einfachen Bebauungsplans.

Anhand von Luftbildern und Begehungen werden die Straßenräume des vorgeschlagenen Plangebietes in Bereiche aufgeteilt, die gleiche oder ähnliche besondere ortstypische Gestaltungselemente aufweisen. Diese Bereiche werden beschrieben und ihre Schutzwürdigkeit bewertet. Dies bildet die Grundlage für die weitere differenzierte Abgrenzung


des Geltungsbereiches und die Ausarbeitung der Kriterien der Zulässigkeit von Werbeanlagen bezogen auf den jeweiligen Straßenraum.

Beschlussfassung:

Zur Einleitung des Bebauungsplanverfahrens über äußere Gestaltung von Werbeanlagen in den Ortsteilen Ehrenstein/Klingenstein, beantragt die Verwaltung folgendes zu beschließen:

1. Für den im beiliegenden Lageplan dargestellten Bereich wird nach § 2 Abs. 1 BauGB die Aufstellung eines Bebauungsplanes eingeleitet. Maßgebend ist der abgegrenzte Geltungsbereich lt. Plan vom 28.10.2013 des Büros für Stadtplanung, Zint, Ulm.
2. Zur Darlegung und Erörterung der allgemeinen Ziele und Zwecke der Planung wird aufgrund von § 3 Abs. 1 BauGB eine vorgezogene Bürgerbeteiligung durchgeführt, wobei den Bürgern 3 Wochen lang Gelegenheit gegeben wird, sich zu der Planung zu äußern. Gleichzeitig erfolgt eine Anhörung der Träger öffentlicher Belange zu den Festsetzungen der geplanten örtlichen Bauvorschriften.

Der Aufstellungsbeschluss wird öffentlich bekannt gemacht.



Franz Schmutz
Fachbereich 3.2
Bauverwaltung, Umwelt und Bauhof

Anlagen

Umgriff Geltungsbereich

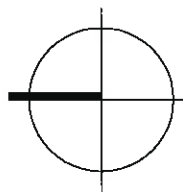
Lageplan mit Abgrenzung des Geltungsbereichs mit Datum vom 28.10.2013

Gemeinde Blaustein

Einfacher Bebauungsplan
Satzung über besondere
Anforderungen
an die äußere Gestaltung von
Werbeanlagen

Geltungsbereich
Ehrenstein/Klingenstein
im Bereich der B 28

Umgriff Geltungsbereich



M 1 : 5.500

Gefertigt:
Büro für Stadtplanung, BfS
Dipl.-Ing. E. Zint

Stand: 28.10.2013

