



Örtliche Bauvorschrift

über die Gestaltung von Werbeanlagen
(Bereich Innenstadt)

in der Fassung vom 19.05.1983

Inhalt

		Seite
§ 1	Geltungsbereich	2
§ 2	Begriffsbestimmungen	2
§ 3	Zulässigkeit von Werbeanlagen in den vier Teilbereichen.....	3
§ 4	Gestaltungsgrundsätze.....	3
§ 5	Werbeanlagen an der Gebäudefront	4
§ 6	Werbeanlagen, die über die Gebäudefront hinausragen	5
§ 7	Unterhaltung von Werbeanlagen	5
§ 8	Genehmigungspflicht.....	6
§ 9	Ausnahmen von der Genehmigungspflicht.....	6
§ 10	Ordnungswidrigkeiten	6
§ 11	Inkrafttreten	7
	 Begründung der örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen ¹	 7

Präambel

Aufgrund der §§ 56 und 97 der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO) vom 23.07.73 (Nieders. GVBl. S. 259), zuletzt geändert durch Gesetz vom 16.02.1983 (Nds. GVBl. S. 63), und der §§ 6 und 40 der Niedersächsischen Gemeindeordnung in der Fassung vom 22.06.1982 (Nds. GVBl. S. 229), hat der Rat der Stadt Lingen (Ems) in seiner Sitzung am 19.05.1983 folgende örtliche Bauvorschrift über Gestaltung von Werbeanlagen als Satzung beschlossen:

§ 1 Geltungsbereich

Der Geltungsbereich dieser Satzung ist der zentrale historische Bereich der Stadt Lingen (Ems), der im beiliegenden Übersichtsplan (Karte 1) dargestellt ist. Dieser Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

Der Bereich ist in vier Teilbereiche "A", "B", "C" und "D" aufgeteilt und im oben angegebenen Übersichtsplan dargestellt.

Der Teilbereich "A" beinhaltet den Schulplatz und die Fassaden der umgebenden Bebauung.

Der Teilbereich "B" beinhaltet den Marktplatz und die Fassaden der umgebenden Bebauung sowie die platzartige Aufweitung zwischen Kivelinghaus und Bebauung "Markt-Süd".

Der Teilbereich "C" beinhaltet den engeren historischen Bereich der Innenstadt zwischen Baccumer Straße, Kivelingstraße, Elisabethstraße, Hinterstraße, Lookenstraße - bis Fußweg zur Poststraße -, Bereich Castellschule und Bereich Bonifatiuskirche sowie Marienstraße, Burgstraße - bis Wilhelmstraße -, Teil der Straße Am Wall-Nord, Mühlen- torstraße - bis Am Wall-Nord - und Neue Straße.

Der Teilbereich "D" beinhaltet die Übergangsbereiche zwischen dem Bereich "C" und der Grenze des Geltungsbereiches dieser Satzung.

§ 2 Begriffsbestimmung

Als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung gelten entsprechend der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO) § 49 alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und von allgemein zugänglichen Verkehrs- oder Grünflächen aus sichtbar sind.

Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschlüge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen (§ 49 (1) NBauO).

§ 3

Zulässigkeit von Werbeanlagen in den vier Teilbereichen

- (1) Der Teilbereich "A" ist aufgrund seiner bauhistorischen Bedeutung von Werbeanlagen jeder Art (außer Schildern im Sinne von § 9 a) dieser Satzung) freizuhalten.
- (2) Werbeanlagen sind in den Teilbereichen "B", "C" und "D" nur an der Stätte der Leistung zulässig sowie in den Vitrinen der Fußgängerzone.
Je Ladeneinheit und Gebäudefront werden eine Marken- und Produktwerbeanlage zugelassen - bei Ecklagen entsprechend mehr.
Ladenunterteilungen in Gebäuden = 8 m Breite können nicht als mehrere Ladeneinheiten gewertet werden.
- (3) Das Anbringen von beweglichen Markisen über Fenstern und Türen im Erdgeschoss - nur in den Teilbereichen "B", "C" und "D" - ist zulässig. Ausgeschlossen sind feststehende Korbmarkisen. Die Bespannungen dürfen keine glänzende Oberfläche haben, d. h., sie müssen in einer leinenähnlichen Struktur gehalten sein. Eine vorhandene Gliederung der Fassade darf optisch durch Markisen nicht überdeckt werden. Ihre Ausladung darf 2,10 m nicht überschreiten. Unberührt hiervon bleiben die Anforderungen der Verkehrssicherheit.
- (4) Generell unzulässig sind:
 - a) Werbeanlagen mit wechselndem und sich bewegendem Licht
 - b) Lichtwerbung in greller Farbe - Leuchtfarbe - (RAL 840 HR, RAL 1016, 1026, 2005, 2007, 3024, 3026 und 5015)
 - c) Werbeanlagen an und in Dachflächen, auch auf Flachdächern an Brandwänden und an Brandgiebeln
 - d) Werbeanlagen auf Grün- und Freiflächen, Ruhebänken, Papierkörben, Einfriedungen

§ 4

Gestaltungsgrundsätze

- (1) Werbeanlagen sind nur im Bereich des Erdgeschosses, im Brüstungsbereich des 1. Obergeschosses und auf vorhandener, über dem Erdgeschoss befindlicher Kragplatte zulässig.
- (2) Im Erdgeschoss sind Werbeanlagen ausschließlich auf die Glasfläche der Schau- fenster und auf den Sturzbereich zu beschränken und mit diesen flächengleich anzubringen. Mit Plakaten (außen oder innen) dürfen Schau- fenster in den Teilbereichen "C" und "D" nur bis zu 20 v. H. der Fläche beklebt werden. Im Bereich des Obergeschosses befindliche Fenster- oder Türöffnungen dürfen nicht durch Werbe- einrichtungen verdeckt und zu Werbeeinrichtungen benutzt werden. Der Brüstungs- bereich des 1. Obergeschosses darf bei Anbringung einer Werbeanlage keine von

den übrigen Obergeschossen abweichende Gestaltung durch Material oder Farbe erhalten.

- (3) Warenautomaten sind nur in Hauseingängen und Passagen zulässig, wenn Fluchtwege in Hauseingängen nicht eingengt und der normale Verkehrsablauf in Passagen nicht behindert wird.
- (4) Alle Werbeanlagen müssen einen ausreichenden Abstand von Schildern und Lichtzeichenanlagen (Ampeln) der Straßenverkehrsregelung halten und sich in der Farbgebung von den Signalfarben der Verkehrsanlagen deutlich unterscheiden.

§ 5

Werbeanlagen an der Gebäudefront

- (1) Werbeanlagen dürfen nur waagrecht und parallel zur Gebäudefront angebracht werden. § 6 (Ausleger) bleibt unberührt. Sie dürfen eine Gesamtlänge von zwei Drittel der betreffenden Gebäudefront, Einzelanlagen höchstens jedoch 7,00 m, nicht überschreiten. Der Abstand zwischen Werbeanlagen hat mindestens ein Drittel der längeren Anlagenlänge zu betragen.
Bei Gebäudefronten = 10 m ist je weitere 8,00 m Gebäudelänge eine zusätzliche Werbeanlage zulässig (z. B. bei einer Gebäudelänge von 26,00 m drei Werbeanlagen).

Für den Teilbereich "B" sowie auf allen Baudenkmalen sind nur Einzelbuchstaben in der Höhe bis zu 0,40 m zulässig (offene Schrift).

Bei gleichzeitiger Verwendung von Groß- und Kleinbuchstaben als durchbrochene Einzelbuchstaben können die Großbuchstaben im Teilbereich "B" und "C" bis zu 0,50 m, im Teilbereich "D" bis zu 0,60 m Höhe betragen. Ausnahmsweise können auch in den Teilbereichen "B" und "C" an Hausbreiten von = 10,00 m die Großbuchstaben bis zu 0,60 m betragen.

- (2) Die Höhe der Werbeanlagen, außer der in § 6 genannten, ist auf höchstens die Hälfte des Abstandes zwischen Oberkante Erdgeschoss Schaufenster und Obergeschossfenster zu begrenzen. Von den Gebäudeecken bzw. von Vorsprüngen in der Fassade (Erker usw.) ist ein seitlicher Abstand von mindestens dem Eineinhalbfachen der Höhe der Werbeanlage zu wahren.
- (3) Einzelschilder dürfen nicht breiter als 0,65 m und nicht höher als 1,20 m sein und können parallel oder rechtwinkelig (s. Ausleger § 6) zur Gebäudefront angebracht werden. Dies gilt auch für Sonderformen (z. B. Brille).
In den Teilbereichen "B" und "C" darf je Ladeneinheit und Gebäudefront nur ein Ausleger angebracht werden (vgl. auch § 3 (a)).

(Darstellung 1)

§ 6
Werbeanlagen, die über die Gebäudefront hinausragen
(Ausleger oder Traversen)

- (1)
- a) Rechtwinkelig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (Ausleger oder Traversen) sind nur, wie im § 3 (2) und wie im § 4 (2) ausgeführt, zulässig. Die Ausladung über Gebäudefront hinaus darf nicht mehr als 0,80 m betragen, sie können in den Teilbereichen "B" und "C" eine Flächengröße bis 1,00 qm haben und dürfen nicht dicker als 0,25 m sein. Von der Gebäudekante bis zur Werbeanlage ist das Maß ihrer Ausladung, mindestens jedoch 0,70 m als Abstand zu halten.
 - b) Nicht vollflächige Ausleger dürfen eine Ausladung bis zu 1,00 m und eine Höhe bis zu 1,00 m haben.
 - c) In der Zone "D" sind die vorgenannten Werbeanlagen auch oberhalb der Brüstung des 1. Obergeschosses zulässig, jedoch höchstens bis Oberkante Brüstung des obersten Geschosses und in einer Flächengröße bis 1,5 qm.
- (2) Parallel zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen in Form geschlossener Werbeschaukästen dürfen nur in Erdgeschosshöhe angebracht werden. Ihre Ansichtsfläche darf nicht größer als 1,00 qm sein, ihre Ausladung darf 0,25 m nicht überschreiten. Die statische Funktion von Mauern und Pfeilern des Gebäudes muss optisch klar erkennbar sein.
- (3) Die Unterkante von Werbeanlagen muss
- a) bei Fahrstraßen mindestens 2,50 m,
 - b) bei Nicht-Fahrstraßen mindestens 2,25 m über Oberkante-Terrain liegen. Bei Fahrstraßen muss die Vorderkante 0,60 m hinter der Bordsteinkante oder hinter einer vorgesehenen Fahrspur liegen.

Darstellungen 2/3

§ 7
Unterhaltung von Werbeanlagen

Werbeanlagen, die dieser Satzung entsprechen, sind ständig in einem gepflegten Zustand zu halten. Die Instandhaltung und Instandsetzung von Werbeanlagen kann von den für den ordnungsgemäßen Zustand der Werbeanlagen Verantwortlichen durch die Bauaufsichtsbehörde verlangt werden. Kommen diese einer Aufforderung nicht nach, so kann die Beseitigung der Werbeanlagen angeordnet werden.

§ 8 Genehmigungspflicht

Die in § 2 genannten Werbeanlagen dürfen nur mit Genehmigung der Baugenehmigungsbehörde angebracht, aufgestellt oder verändert werden. Es ist unerheblich, ob die Werbeanlage fest oder beweglich, auf privatem oder öffentlichem Gelände angebracht wird. Auch Standort und Form öffentlicher Anschlagflächen sind genehmigungspflichtig.

§ 9 Ausnahmen von der Genehmigungspflicht

Genehmigungsfrei sind:

- a) an einer Gebäudefläche angebrachte Namensschilder mit Geschäfts- und Berufsbezeichnung bis zu einer Größe von 0,25 qm und einer Länge von maximal 0,60 m,
- b) Schilder, mit denen auf Stifter, Spender oder auf Baudenkmale usw. hingewiesen wird und die eine Größe von 0,25 qm nicht überschreiten,
- c) Tafeln, die an Verkaufsstellen mit leicht verderblichen Waren nur während der Geschäftszeit aufgehängt oder aufgestellt werden und ausschließlich solche Waren anpreisen,
- d) Werbeanlagen für ordnungsbehördlich zugelassene Sonderverkäufe oder vergleichbare, zeitlich begrenzte Veranstaltungen an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung,
- e) Anschlagwerbungen an genehmigten, öffentlichen Anschlagflächen oder an Flächen, die aus besonderen Anlässen genehmigt sind.
- f) Die vorhandenen Werbeanlagen genießen Bestandsschutz. Reparaturen sind in Anlehnung an die Festsetzungen dieser Satzung vorzunehmen.

§ 10 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig handelt nach § 91 Abs. 3 NBauO, wer als Bauherr, Entwurfsverfasser oder Unternehmer vorsätzlich oder fahrlässig eine Baumaßnahme durchführt oder durchführen lässt, die nicht den Anforderungen der §§ 1 - 9 dieser örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen entspricht.

§ 11 Inkrafttreten

Diese örtliche Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen tritt mit der Bekanntmachung ihrer Genehmigung sowie Ort und Zeit ihrer Auslegung im Amtsblatt für den Landkreis Emsland in Kraft.¹

Lingen (Ems), den 19.05.1983

Stadt Lingen (Ems)

Der Oberbürgermeister

Der Oberstadtdirektor

gez. Klukkert

gez. Vehring

¹ Bekanntmachung am 30.09.1983 im Amtsblatt Nr. 30 für den Landkreis Emsland

Begründung

der örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen¹

Um bestimmte städtebauliche und baugestalterische Absichten zu verwirklichen und um die Eigenart des einzelnen Gebäudes und den Eindruck von Baudenkmalen zu erhalten sowie hervorzuheben, werden gemäß § 56 der Niedersächsischen Bauordnung durch örtliche Bauvorschrift für bestimmte Teile des Gemeindegebietes besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten gestellt. Der ingeschränkten Zulässigkeit von Werbeanlagen sowie den Gestaltungsgrundsätzen liegt die Absicht zugrunde, die Kleinteiligkeit der Baustruktur in der Gesamtheit zu erhalten. Das Anliegen der Werbung soll berücksichtigt, jedoch der Gefahr der Abwertung des Ortsbildes durch Häufung von Werbeanlagen entgegengewirkt werden. Die Werbeanlagen sollen insbesondere Rücksicht und Bezug zu Maßstab und Gliederung des Gebäudes nehmen.

Zu § 1: Der Geltungsbereich stellt den Kernbereich der Stadt Lingen (Ems) dar, der durch die Straßen des inner städtischen Ringes (Konrad-Adenauer-Ring, Wilhelm- und Bernd-Rosemeyer-Straße) begrenzt wird.

Die Aufteilung des Geltungsbereichs ist durch die unterschiedliche Bedeutung der Teilbereiche begründet.

Teilbereich "A":

Der Schulplatz wird bestimmt von den ihn umgebenden Baudenkmalen und seiner historischen Bedeutung und soll eine Ruhezone der Innenstadt sein.

Teilbereich "B":

Die Marktplatzbebauung ist als Ensemble im Sinne des Niedersächsischen Denkmalschutzgesetzes Baudenkmal. Als geschäftlicher und kommunikativer Mittelpunkt ist er gleichzeitig die "gute Stube" der Stadt, wodurch eine Einschränkung der Werbeanlagen auf Einzelbuchstaben gerechtfertigt ist.

¹ Am 19.05.1983 vom Rat der Stadt Lingen (Ems) beschlossen.

Teilbereich "C":

Der engere historische Bereich unterscheidet sich von den Übergangsbereichen (Teilbereich "D") durch seine kompakte Bebauung.

Teilbereich "D":

Übriger Bereich bis zum obengenannten innerstädtischen Verkehrsring.

Zu § 3: Zulässigkeit von Werbeanlagen

Der Ausschluss von Werbeanlagen im Teilbereich "A" ist gerechtfertigt an und in der Umgebung der Baudenkmale des Schulplatzes; darüber hinaus erfordern diese Nutzungen keine Werbung.

In den Teilbereichen "B", "C" und "D" soll der unmittelbare Zusammenhang der Werbung mit der Stätte der Leistung hergestellt sein (Ausnahme Vitрины in Fußgängerzone).

Die zahlenmäßige Beschränkung von Werbeanlagen soll einer Überhäufung am Gebäude entgegenwirken; des gleichen soll eine aufdringliche Wirkung vermieden werden.

Die Markise soll in ihrer ursprünglichen Funktion des beweglichen Sonnenschutzes verwendet werden. Hierin besteht der Reiz des sich bei Sonnenschein verändernden Straßenbildes. Feststehende Korbmarkisen würden als ständige Vordachkörper die Struktur der herkömmlichen Fassaden, die sich durch den Eindruck der Zusammengehörigkeit der Geschosse - einschließlich Erdgeschoss - ausweisen, stören. Die Bespannungen der Markisen dürfen keine glänzende Oberfläche haben, da durch die spiegelnde Oberflächenwirkung das bewegliche Element Markise im Rahmen der Gesamtfassade, die aus herkömmlichen, nicht glänzenden Baumaterialien besteht, eine un gerechtfertigte Aufmerksamkeit auf sich ziehen und somit den Gesamtzusammenhang Fassade zerstören würde. Die Architektur des Bauwerks würde zurückgedrängt.

Zu § 4: Gestaltungsgrundsätze

Das Gebäude ist nicht als Werbeträger anzusehen, auf oder an denen Werbeanlagen nach Art und Ausmaß beliebig angebracht werden könnten. Durch eine Häufung von Werbeanlagen würde die Architektur der Bauwerke unterdrückt. Werbeanlagen haben sich unterzuordnen. Sie müssen nach Größe, Farbe, Werkstoff und Anbringungsart klar gestaltet sein und sich der Architektur des Bauwerks einfügen.

Das Erdgeschoss stellt in der Regel diejenige Zone dar, in der die Werbung den Bezug zur Stätte der Leistung herstellt und den Gesamteindruck des Gebäudes am wenigsten beeinträchtigt. Die Einbeziehung der Brüstung des 1. Obergeschosses ist vertretbar, solange dieselbe als Hintergrund der Werbung nicht andersfarbig oder in anderem Material als die übrige Fläche der Obergeschosse gehalten wird. Der Eindruck der Zusammengehörigkeit der Geschosse darf durch die Werbeanlage nicht gestört werden.

Nur in dem äußeren Teilbereich "D" sind Ausleger auch oberhalb des 1. Obergeschosses, jedoch nur bis Oberkante Brüstung des obersten Geschosses zulässig, da aufgrund der hier vorherrschenden offenen Bauweise der ästhetische Konflikt konkurrierender Werbemittel ohnehin geringer ist.

Zu § 5: Werbeanlagen an der Gebäudefront

Werbeanlagen sollen parallel und nicht schräg zum Gebäude angebracht werden, um den flächigen raumbegrenzenden Charakter der Hauswände zu unterstreichen. Die Begrenzung der Länge und die Angabe des Mindestabstandes von Werbeanlagen zu senkrechten Kanten und zu anderen Werbeanlagen sollen die Betonung der Waagerechten vermeiden.

Durch die Verwendung der offenen Schrift im Teilbereich "B" sowie auf allen Baudenkmalen wird die architektonische Feingliedrigkeit in diesem Bereich berücksichtigt. Die Begrenzung der Schrifthöhen bei den Werbeanlagen unterstützt die Erhaltung der Kleinteiligkeit der Baustruktur in der Gesamtheit und sichert ein ausgewogenes Verhältnis zu Maßstab und Gliederung des Bauwerks. Sie sind jedoch so bemessen, dass Werbeanlagen auch noch aus im Innenstadtbereich möglichen größeren Entfernungen lesbar und somit werbewirksam sind. Mit diesen Schrifthöhen vorhandene Werbeanlagen in der Innenstadt bestätigen dieses.

Zu § 6: Werbeanlagen, die über die Gebäudefront hinausragen

Die Größe von Auslegern ist zu beschränken, da diese aus der Schrägsicht des Fußgängers große Teile der Fassade verdecken würden.

Die Darstellungen im Satzungsteil sowie im Anhang (Anlage 1-3) sind Veranschaulichungen des Textes und Bestandteil der Begründung.

Karte 1

