

Begründung zur Gestaltungssatzung für Werbeanlagen an Haupt- und Ausfallstraßen (GWHA)

Präambel zur Begründung Beispielfibel

Zur Verdeutlichung der im Folgenden ausgeführten Aussagen zu den Inhalten der GWHA in Bezug auf die Ziele, die zu schützende Bebauungsstruktur sowie die einzelnen Regelungen zur Zulässigkeit von Werbeanlagen wurde eine Beispielfibel erstellt, die dieser Begründung zur weiteren inhaltlichen Erläuterung beiliegt.

1. Rechtsgrundlage der Satzung

Die Niedersächsische Bauordnung (NBauO) in ihrer Fassung vom 3. April 2012, zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 23. Juli 2014 (Nds. GVBl. Seite 2016) ermächtigt durch die Ausführungen des § 84 Absatz 3 die Kommunen zur Verwirklichung bestimmter städtebaulicher, baugestalterischer oder ökologischer Absichten oder um die Eigenart oder den Eindruck von Baudenkmalen zu erhalten oder hervorzuheben, über die Regelungen der §§ 10 und 50 hinausgehend, durch örtliche Bauvorschrift für bestimmte Teile des Gemeindegebietes besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung oder Einordnung von Werbeanlagen zu stellen, diese insbesondere auf bestimmte Gebäudeteile, auf bestimmte Arten, Größen, Formen und Farben zu beschränken oder in bestimmten Gebieten oder an bestimmten baulichen Anlagen auszuschließen.

In § 50 der NBauO ist die Zulässigkeit von Außenwerbung hinsichtlich der materiellen Voraussetzungen für die Zulässigkeit und der formellen Erfordernisse des Genehmigungsverfahrens geregelt. Danach sind in reinen und allgemeinen Wohngebieten Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung zulässig, während für Misch-, Kern- und Gewerbegebiete eine gesetzliche Einschränkung nicht speziell geregelt wurde.

Für die Zulässigkeit aller Werbeanlagen gilt die generelle Regelung in § 50 Absatz 2 NBauO, dass Werbeanlagen nicht erheblich belästigen dürfen, insbesondere durch Größe, Häufung, Betriebsweise oder Lichtstärke. Die Anwendung dieser Regelung führt in der Praxis jedoch oftmals zu Schwierigkeiten, da sie einem breiten Ermessensspielraum unterliegen.

Gleichzeitig sind gemäß § 60 Absatz 1 NBauO in Verbindung mit Nummer 10.5 des dazugehörigen Anhangs Werbeanlagen bis 10 Meter Höhe in Gebieten, auf die § 30 des Baugesetzbuches (BauGB) in der Fassung vom 23. September 2004 anwendbar ist und die als Gewerbe- oder Industriegebiet beziehungsweise Sondergebiet für dem entsprechende Nutzungen festgesetzt sind, verfahrensfrei. Somit ist in diesen Fällen keine Steuerungsmöglichkeit gegeben.

2. Anlass

Im Bereich der Haupt- und Ausfallstraßen geht aus Sicht der Gewerbetreibenden von Werbeanlagen eine erhöhte Wirkung aus, so dass hier werbewirtschaftlich ein besonderes Interesse an werblichen Anlagen besteht. Demzufolge ist die Zahl der vorhandenen und beantragten Werbeanlagen, insbesondere großflächiger Werbeanlagen für wechselnden Plakatanschlag außerhalb der Stätte der Leistung, in den vergangenen Jahren trotz der bisherigen Steuerung durch die Bauverwaltung der Stadt Oldenburg weiterhin hoch. Die Anbringung der oft in Bezug auf die Fassadenfläche unmaßstäblichen Tafeln an Giebel- beziehungsweise Seitenwänden, entlang straßenseitiger Mauern oder Grundstückseinfriedungen hat mittlerweile zu stadtbildunverträglichen Häufungen geführt, da die häufig noch vorhandene historische Kleinteiligkeit der Bebauung und der Fassadenstrukturen

von den Werbetafeln missachtet und überdeckt wird, ohne dass eine erhebliche Belästigung durch Größe im Sinne des § 50 Absatz 2 der NBauO rechtssicher festgestellt werden kann. Vor allem die in der Stadt Oldenburg prägende, überwiegend offene Bauweise mit zahlreichen sichtbaren Trauf- und Giebelseiten der Gebäude wird durch großflächige Werbung besonders unmaßstäblich überformt und verfremdet.

Aber auch Werbeanlagen an der Stätte der Leistung fallen im Straßenbild der historisch geprägten Abschnitte der Haupt- und Ausfallstraßen negativ auf, wenn sie aus Gründen der Werbewirksamkeit besonders groß dimensioniert sind und die Fassaden mitsamt ihrer Gliederungselemente und Öffnungen überformen.

Es ist daher Ziel und Absicht der Stadt Oldenburg, eine Regelungsgrundlage für die ortsbildverträgliche Einfügung von Werbeanlagen in die jeweilige Gebäude- und Freiflächengestaltung zu schaffen und somit ein ansprechendes Stadtbild herzustellen sowie die aus Sicht der Stadt Oldenburg besonders schützenswerten Bereiche der Haupt- und Ausfallstraßen mit überwiegend gewachsener, historischer Baustruktur vor werblicher Überformung zu schützen.

Die bislang bestehende Werbesatzung an Haupt- und Ausfallstraßen wurde vom Oberverwaltungsgericht Lüneburg 2013 für den Geltungsbereich II für ungültig erklärt. Da der stadtbildverträglichen Steuerung von Werbeanlagen an den Haupt- und Ausfallstraßen aber auch weiterhin eine sehr hohe Bedeutung beigemessen wird, soll mit der Aufstellung einer neuen Satzung eine Grundlage für die Sicherung der eingangs aufgeführten städtebaulich-gestalterischen Ziele geschaffen werden.

3. Erforderlichkeit

Die meisten der von der Bebauungsstruktur und Gebäudegestaltung als schützenswert eingestuft und daher den Geltungsbereich dieser Satzung bildenden Abschnitte der Haupt- und Ausfallstraßen sind nach § 34 BauGB oder entsprechend den bauleitplanerischen Festsetzungen nach § 30 BauGB als Mischgebiete eingestuft. Bauordnungsrechtlich sind in Gebieten mit Misch- oder gewerblicher Nutzung Werbeanlagen außerhalb der "Stätte der Leistung", also großflächige Tafeln, für wechselnden Plakatanschlag in den derzeitigen Abmessungen von ca. 2,75 m x 3,75 m grundsätzlich zulässig.

Um das Ortsbild der von der Überfrachtung durch solche Werbeanlagen besonders betroffenen Bereiche an den Haupt- und Ausfallstraßen mit gemischter Nutzung zu erhalten und gestalterisch positiv zu entwickeln, soll das bauordnungsrechtliche Instrumentarium der Satzung gem. § 84 Absatz 3 der NBauO angewandt werden.

Aber nicht nur die erforderliche Steuerung großformatiger Werbeanlagen bedarf einer über die Regelungen der NBauO hinausgehenden Rechtsgrundlage. Auch Werbeanlagen an der Stätte der Leistung müssen an den Gebäuden und den sie umgebenden Freiflächen in den als Geltungsbereich definierten Straßenabschnitten hinsichtlich ihrer Einfügung in die jeweilige Fassadenstruktur beziehungsweise das Ortsbild im Detail gesteuert werden. Die Anwendung des § 50 NBauO hat sich für die Feinabstimmung von Werbeanlagen und Fassadengestaltung als nicht ausreichend zur Verdeutlichung bzw. Einhaltung dieser Zielsetzung herausgestellt.

4. Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich wurde auf Grundlage einer Analyse der städtebaulichen Bebauungsstruktur der Haupt- und Ausfallstraßen festgelegt, deren Ergebnis als Fotodokumentation überwiegend im Jahre 2013 erstellt wurde.

Grundsätzlich ist der räumliche Geltungsbereich zunächst abgeleitet aus dem vom Rat der Stadt Oldenburg festgelegten Hauptverkehrsstraßennetz (Vorbehaltsnetz) gemäß Ratsbeschluss aus dem Jahr 2000 und den im Flächennutzungsplan '96 als gemischte und Kerngebietsflächen dargestellten Bereichen, die sich entlang dieser Hauptverkehrsstraßen erstrecken.

Der Geltungsbereich der Satzung beinhaltet Teilbereiche derjenigen Straßen, die Haupt- und Ausfallstraßen im Sinne des städtischen Vorbehaltsnetzes sind.

Die Einbeziehung von Straßenabschnitten in den Geltungsbereich der Satzung fußt auf den aktuell vorhandenen Bebauungsstrukturen. Grundlage des Geltungsbereiches ist das Vorhandensein einer typischen, historisch gewachsenen Bebauungs- und Nutzungsstruktur entlang der Haupt- und Ausfallstraßen. Charakteristisch hierfür sind folgende Punkte:

1. Überwiegend historisch gewachsene, gemischte Nutzung mit kleinflächigem Einzelhandel oder Dienstleistungen im Erdgeschoss und Wohnen in den Obergeschossen. Einzeln können aber auch reine Gewerbe- oder reine Wohngebäude dazwischen sein.
2. Eine Vielzahl älterer Gebäude, die zwischen ca. 1880 und 1950 errichtet wurden.
3. Die historisch gewachsene Parzellenstruktur und daraus folgernd die kleinmaßstäbliche Gebäudebreite ist noch weitestgehend vorhanden und ablesbar.
4. Die oldenburg-typische Höhenentwicklung an den Ausfallstraßen mit zwei bis drei Vollgeschossen ist noch vorhanden und ablesbar.

Zusammenhängende Bereiche, die entweder fast ausschließlich Wohngebäude beinhalten, nicht im Sinne der Satzungsziele betroffene Flächen, wie Friedhöfe et cetera sowie gewerblich und/oder großmaßstäblich geprägte Bereiche, wurden nicht mit einbezogen, da hier die Ziele der Satzung nicht in gleicher Form anwendbar sind (großmaßstäbliche Bereiche) oder wenig Handlungsbedarf besteht (Friedhöfe, Schulgelände).

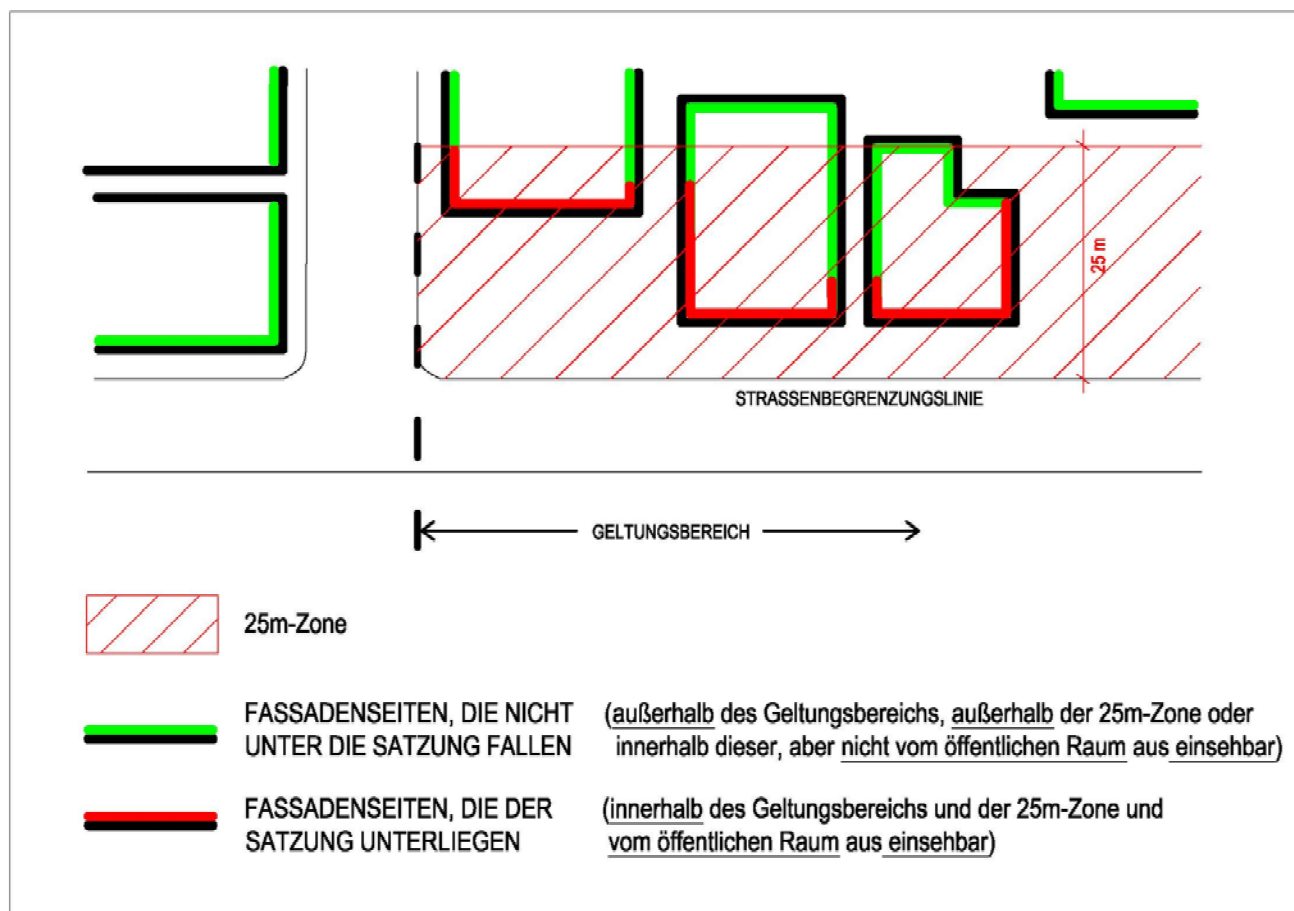
Charakteristisch für die aufgeführte Bebauungsstruktur im Geltungsbereich ist die größtenteils historische offene Bauweise mit überwiegend ein- bis zweigeschossigen Gebäuden in Giebel- oder Traufstellung zur Straße. Besonders charakteristisch ist hierfür die sogenannte "Oldenburger Hundehütte". In Einzelfällen sind drei- und mehrgeschossige Gebäude, häufig neueren Baudatums und größerer Parzellenbreite, anzutreffen. Dort, wo eine größere Anzahl solcher im Sinne der Satzung atypischer Bebauungsstrukturen vorhanden ist, wurden diese Abschnitte nicht in den räumlichen Geltungsbereich einbezogen (siehe vorheriger Absatz). Es ist jedoch versucht worden, zusammenhängende Abschnitte zu definieren und keine Zersplitterung des räumlichen Geltungsbereiches entstehen zu lassen. Dies führt aber auch dazu, dass innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches das eine oder andere atypische Gebäude vorhanden ist, das aber den Charakter des betreffenden Stadtraumes nicht bestimmt.

Diese in weiten Bereichen für Oldenburg charakteristische besondere Bau- und Nutzungsstruktur prägt das städtebauliche Bild der Hauptverkehrsstraßen und soll in diesen als besonders schützenswert angesehenen Bereichen nicht durch großflächige Werbeanlagen verändert oder verfremdet werden.

Da Werbeanlagen grundsätzlich in den öffentlichen Raum wirken wollen, wird der Geltungsbereich der Satzung auf von öffentlichen Flächen aus einsehbare Bereiche beschränkt. Die Festsetzung einer Geltungsbreite von 25 m dient dazu, auch auf Brandwände, Eckbebauungen oder lange sichtbare Gebäude und Grundstücksseiten Einfluss nehmen zu können sowie auf Gebäude außerhalb des eigentlichen Geltungsbereiches, die gleichwohl für das Ortsbild hier wirksam weil sichtbar sind. Das Maß von 25 m entspricht der an Ausfallstraßen durchschnittlich anzutreffenden, auf den Straßenraum gestalterisch wirkenden Bebauungstiefe.

Öffentliche Verkehrsflächen wurden nicht in den Geltungsbereich mit einbezogen, da die Stadt Oldenburg auf öffentlichen Flächen nach den gleichen Grundsätzen entscheidet und im Sinne des Satzungszieles handelt. Hierdurch wird eine Ungleichbehandlung privater Grundstückseigentümer vermieden. Öffentliche Verkehrsflächen sind Flächen, die dem öffentlichen Verkehr gewidmet sind.

Die folgende Schemazeichnung soll exemplarisch verdeutlichen, welche Fassadenseiten von Gebäuden vom räumlichen Geltungsbereich der Satzung erfasst sind und welche nicht.



5. Sachlicher Geltungsbereich

Von der Satzung sind nur Werbeanlagen erfasst, deren gleichzeitig wahrnehmbare Ansichtsfläche 1 m² überschreitet. Die Festlegung dieser Größe dient zum einen der Synchronisierung mit den Anforderungen des § 60 NBauO, nach der Werbeanlagen bis 1 m² Größe verfahrensfrei sind, zum anderen wird dabei angenommen, dass kleinere Werbeanlagen aufgrund ihrer geringen Größe nicht störend oder dominierend an Fassaden oder auf Freiflächen wirken und somit nicht dem Regelungsbedarf dieser Satzung unterliegen. Aufgrund des § 50 NBauO, der die unzumutbare Belästigung durch Häufung von Werbeanlagen ausschließt, können die Anlagen bis 1 m² Größe ausreichend gesteuert und einem Übermaß solcher Anlagen entgegengewirkt werden.

In Analogie zu § 50 NBauO wird zudem noch deutlich herausgestellt, dass sich der Geltungsbereich der GWHA nur auf so genannte ortsfeste Anlagen bezieht, also nicht auf transportable Anlagen für temporäre Annoncierung, wie Klappaufsteller, Warengestelle, mobile Hinweise auf einmalige Veranstaltungen et cetera.

Auch verfahrensfreie Werbeanlagen müssen gleichwohl dem öffentlichen Baurecht entsprechen. Zur Deutlichmachung, dass auch solche Anlagen im Geltungsbereich der GWHA deren Festsetzungen unterliegen, sind die gemäß Nummer 10.5 des Anhangs zu § 60 Absatz 1 NBauO verfahrensfreien Werbeanlagen bis 10 m Höhe in Gewerbe-, Industrie- und Sondergebieten mit entsprechender Nutzung noch einmal herausgestellt.

Für Baudenkmale und ihre Umgebung können auf Grundlage des Nds. Denkmalschutzgesetzes weitergehende beziehungsweise abweichende Forderungen an die Gestaltung gestellt werden. Als übergeordnetes Landesrecht verdrängt das Denkmalschutzgesetz in diesen Fällen die GWHA. Durch das Denkmalschutzgesetz sind zum Beispiel wesentlich ältere Gebäude als der Durchschnitt im Geltungsbereich der Satzung oder auch bauliche Zeugnisse der jüngeren Geschichte geschützt. Die möglicherweise denkmalrechtlich begründeten Abweichungen von den Regeln der vorliegenden Satzung werden jedoch nicht als Beeinträchtigung, sondern als Bereicherung des Straßenbildes angesehen.

Werbeanlagen, die zulässigerweise errichtet worden sind, haben Bestandsschutz. Zulässigerweise errichtet ist eine Werbeanlage dann, wenn dafür eine Baugenehmigung vorliegt oder wenn die Werbeanlage ohne Baugenehmigung errichtet werden durfte und sie zum Zeitpunkt ihrer Errichtung nicht im Widerspruch zum geltenden öffentlichen Baurecht stand. Werbeanlagen, die Bestandsschutz genießen, dürfen Instand gesetzt, repariert und in unwesentlichen Kleinigkeiten auch geändert werden. Der Bestandsschutz deckt aber zum Beispiel nicht mehr das Auswechseln der vorhandenen Anlage durch eine neue sowie das Ersetzen der Farbgebung oder der Werbeaussage. Um diese Sachlage für die Nutzer der GWHA noch einmal deutlich heraus zu stellen und möglichen Unklarheiten zu begegnen, wurde der Bestandsschutz im Satzungstext noch einmal explizit genannt.

6. Zulässigkeit von Werbeanlagen an Fassaden

Werbeanlagen sind in der Regel an Gebäuden angebracht oder stehen mit diesen im Kontext. Sie dürfen nicht allein, sondern müssen immer im Verhältnis zur Architektur der Gebäude betrachtet werden. Für ein ästhetisch ansprechendes Stadt- und Ortsbild ist es wichtig, dass die Werbeanlagen auch die Feinheiten und Besonderheiten der Architektur berücksichtigen und nicht optisch zerstören. Nur dann kommt es zu einem verträglichen Zusammenwirken von Werbung und Architektur. Eine solche gestalterische Abstimmung kommt den Werbeanlagen selbst zugute - sie steigert ihre Wirkung mehr als übergroße Werbeanlagen, die sich gegenseitig nur überschreien. Aus diesem Grunde soll durch die Satzung sichergestellt werden, dass zwar die unter Umständen für das Stadtbild anregend und belebend wirkende Werbung zulässig ist, jedoch kein dominierender

Charakter entsteht, auch wenn an unmittelbar aufeinander folgenden Gebäuden Werbeanlagen angebracht sind.

Ein elementarer Grundsatz, um die Fassadengestaltung von Gebäuden und die darauf angebrachten Werbeanlagen in ein positives Verhältnis zu setzen und eine Einfügung in die Fassade herbeizuführen, ist, alle Bauteile, die eine Fassade gliedern und prägen, von Werbeanlagen freizuhalten. Diese Bauteile sind vor allem die Tür- und Fensteröffnungen inklusive ihrer Leibungen und Umfassungen; Putzgesimse, Faschen, Pilaster, aber auch Material- und Farbwechsel, die zur Gliederung und Strukturierung der Fassade beitragen. Damit die gliedernde und gestalterische Wirkung dieser Bauteile erhalten bleibt, ist es nicht nur erforderlich, diese nicht durch Werbung zu überdecken, sondern auch noch einen gewissen Abstand zu halten, der mit einer Mauersteinbreite, also 0,25 m, definiert ist.

Um auch architektonisch-gestalterisch ein ansprechendes und das Stadtbild bereicherndes Verhältnis zwischen Werbeanlagen und Gebäuden zu erreichen, ist es nicht ausreichend, die bloße Überdeckung von Gliederungselementen zu verhindern. Vielmehr muss die individuelle Erscheinung jeder Fassade, ihr eigenes „Gesicht“ zur sinnvollen gestalterischen Grundlage, für die Einfügung von Werbung gemacht werden. Hierfür regelt die Satzung, dass die individuellen Merkmale der jeweiligen Fassade Berücksichtigung in der Beschaffenheit und Positionierung der Werbeanlagen finden müssen. Beispielsweise ist es bei einer symmetrisch aufgebauten Fassade erforderlich, diese Symmetrie wieder aufzunehmen. Auch Fenster- und Türbreiten sowie die Symmetrieachsen dieser Öffnungen sind als Ableitungspunkt für die Anordnung von Werbeanlagen gut geeignet. Horizontale Gliederungselemente, wie Gesimse oder Vor- und Rücksprünge, sind ebenfalls ein guter Anhalt für eine ausgewogene Positionierung, im Regelfall mittig auf der Horizontalachse zwischen den Gliederungselementen angeordnet.

Es finden sich, insbesondere bei Gebäudeseiten oder funktionaleren, moderneren Gebäuden (zum Beispiel Supermärkten), aber auch relativ ungegliederte Fassaden ohne viele Öffnungen oder klar ablesbare Gliederungsstrukturen. Hier würde die Anwendung der Absätze (2) und (3) des § 3 alleine nicht zu der gewünschten Steuerungswirkung führen, da auch sehr große, stadtbildunverträgliche Werbeanlagen möglich wären, ohne Bauteile zu überdecken oder der Fassadengliederung zuwiderzulaufen. Daher darf allgemein die Gesamtheit aller an einer Fassadenseite angebrachten Werbeanlagen nicht mehr als 5 % der Fassadenfläche betragen. Als Fassadenfläche ist die Gesamtfläche der jeweiligen Gebäudeseite vom Boden bis zur Traufe beziehungsweise Attika anzunehmen. Da die Fassadenöffnungen gestalterisch genauso wirksam sind wie die eigentliche Wandfläche, ist diese in der maßgeblichen Flächengröße zu berücksichtigen. Analog zur regelmäßigen Rechtsprechung bei der Beurteilung von Häufungen gem. § 50 NBauO ist es bei der Ermittlung der Gesamtgröße aller Werbeanlagen der jeweiligen Fassadenfläche unerheblich, ob vorhandene Werbeanlagen formal oder materiell zulässig sind. Ihr bloßes Vorhandensein ist für die Größermittlung maßgeblich.

Das in der Satzung angegebene Höchstmaß von 5 % zulässiger Gesamt-Werbefläche, bezogen auf die Gesamt-Fassadenfläche, ergibt sich aus der Annahme, dass die üblicherweise im Geltungsbereich der Satzung vorhandene Bebauung über ein bis drei Geschosse verfügt und eine durchschnittliche Fassadenbreite von 10 - 20 m aufweist, wobei 10 m eher ein typischer Wert für straßenseitige Gebäudebreiten ist und 20 m der Tiefe des Gebäudes entspricht. Es ergeben sich dabei folgende drei Beispielfälle (Gebäudehöhe x Breite/Tiefe), bei denen noch von einem stadtbildverträglichen Verhältnis von Fassade und Werbung ausgegangen wird:

4 m x 10 m = 40 m², 2 m² Werbung zulässig (eingeschossiges Gebäude).
6 m x 20 m = 120 m², 6 m² Werbung zulässig (zweigeschossiges Gebäude)
9 m x 20 m = 180 m², 9 m² Werbung zulässig (dreigeschossiges Gebäude)

Es soll sichergestellt werden, dass auch bei wenig gegliederten Fassaden keine Dominanz von Werbeanlagen entstehen kann und eine Unterordnung erfolgt, die über klar definierte Größenbeschränkungen geregelt wird und nicht über unbestimmte Rechtsbegriffe, wie Einfügen et cetera. Gleichzeitig ermöglicht die zulässige Größe es Gewerbetreibenden aber, in für sie angemessenen Dimensionen auf das Beworbene hinzuweisen.

Im Geltungsbereich der GWHA ist die gemischte Gebäudenutzung mit Ladenflächen in der Erdgeschosszone und Wohnnutzung in den darüberliegenden Geschossen weit verbreitet. Es findet sich historisch bedingt aber auch eine nicht unbeträchtliche Anzahl reiner Wohngebäude. Damit einerseits die werblichen Belange der ortsansässigen Gewerbetreibenden ausreichend Berücksichtigung finden können, aber andererseits die insbesondere bei kleinteiligen Wohngebäuden besonders störenden und unpassenden Plakattafeln verhindert werden, soll Werbung außerhalb der Stätte der Leistung auf Gebäude beschränkt werden, in denen ein Gewerbeanteil vorhanden ist und bei dem es sich nicht um reine Wohngebäude handelt. Dies bedeutet kein generelles und damit rechtlich unzulässiges Verbot von Werbung außerhalb der Stätte der Leistung, sondern lediglich eine Einschränkung auf bestimmte Gebäude innerhalb des Geltungsbereiches dieser Satzung. Auch die durch Wohnnutzung geprägten Obergeschosse von Gebäuden sollen analog hierzu von Plakattafeln im Obergeschoss freigehalten werden. Werbung jeglicher Art muss sich in diesen Fällen gemischt genutzter Gebäude auf den Bereich der gewerblichen Nutzung beschränken. Dies ist in der Regel das Erdgeschoss. Wobei dies keinesfalls Werbung unmittelbar über Schaufenstern ausschließen soll, sondern sich auf Werbeanlagen bezieht, die deutlich außerhalb der gewerblich genutzten Bereiche angeordnet sind.

7. Zulässigkeit von Werbeanlagen auf privaten Freiflächen

Die werbliche Annoncierung auf Freiflächen mittels so genannter Pylone oder Stelen, also meist hochrechteckiger, schlanker Tafeln, hat sich in den letzten Jahren als favorisierter Werbeträger auf Gebäudevorfeldern herausgestellt. Unter Berücksichtigung der in der Satzung festgelegten Höhen- und Flächengrößen sind solche Anlagen als stadtbildverträglich einzustufen. Hinweisschilder, die in der Art von Wegweisern in überwiegend liegendem Format gestaltet sind und meist hinweisenden Charakter haben, bergen ebenfalls wenig Gefahr, sich dominant im Stadtraum darzustellen. Durch die ausschließliche Zulässigkeit dieser Arten von Werbeanlagen werden im Geltungsbereich der Satzung großformatige Plakattafeln und so genannte Monofußanlagen (Plakattafeln auf einem asymmetrisch angeordnetem Fuß) ausgeschlossen, da diese in den definierten Straßenabschnitten mit ihrer kleinteiligen Bebauungsstruktur als nicht stadtbildverträglich angesehen werden. Gleichzeitig sind aber die üblichen Formen von Freiflächenwerbung an der Stätte der Leistung möglich.

In der Regel sollten Pylone und Stelen die Höhe der Erdgeschosszone der Gebäude nicht überschreiten, um nicht maßstabssprengend und dominant zu sein. Die Festlegung der maximal zulässigen Flächengröße von 3 m² für die zulässigen Werbeanlagen ermöglicht bei einer häufig verwendeten Breite von 0,8 m bei Pylonen eine Höhe von 3,75 m, was etwa der Erdgeschosshöhe älterer (gründerzeitlicher) Gebäude entspricht. Grundsätzlich sind aber auch Anlagen bis 6 m zulässig, um im Einzelfall auch atypische Lösungen zu ermöglichen, die beispielsweise sehr schlank und dafür höher sind. Bei Höhen von mehr als 6 m ist allerdings bei der im Geltungsbereich vorhandenen Bebauungsstruktur davon auszugehen, dass die Traufhöhen der angrenzenden Gebäude überschritten werden und so eine ungewollte Dominanz eintritt. Daher wird die maximale Höhe der zulässigen Werbeanlagen auf Freiflächen auf 6 m begrenzt.

Zur Klarstellung und Vermeidung von Auslegungsdifferenzen wird zudem festgelegt, dass nur die gestalterisch im Stadtraum wirksame eigentliche Werbefläche bei der Bemessung der zulässigen Flächengrößen maßgeblich ist und nicht etwaige Pfosten, Halterungen et cetera. Allerdings ist die maximal zulässige Gesamthöhe von 6 m inklusive der Befestigung zu werten, um nicht überhohe Pylone mit langen Masten und relativ kleiner eigentlicher Werbung zulassen zu müssen.

8. Abweichungen

Abweichungen sind gem. § 66 Niedersächsische Bauordnung zulässig. Auf Antrag können von den Festsetzungen der GWhA Abweichungen zugelassen werden, wenn es ansonsten zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. Als öffentliche Belange im Sinne der Satzung sind in erster Linie alle Belange des Stadtbildschutzes zu verstehen, wie in der Begründung ausgeführt. Ein Antrag auf Abweichungen ist so zu begründen, dass ersichtlich ist, inwieweit die Einhaltung der Satzung zu einer unbeabsichtigten Härte führen würde und aus welchen Gründen die Belange der Stadtbildpflege nicht negativ berührt werden.

So kann zum Beispiel auf Antrag eine Abweichung zugelassen werden, wenn ein im Sinne der für den räumlichen Geltungsbereich charakteristischen Bebauungs- und Nutzungsstruktur atypisches Gebäude vorliegt (zum Beispiel eine Tankstelle) und der bauliche Kontext des Gebäudes zur Verkehrsfläche und historischen Umgebung eine Abweichung zulässt. Eine solche Abweichung kann den Besonderheiten der Werbeanlagen, zum Beispiel bei Supermärkten, Rechnung tragen, sofern diese keine schützenswerten kleinteiligen Gliederungselemente aufweisen und auch die Freiflächen im Kontext der angrenzenden Bebauung keines übermäßigen Schutzes bedürfen.

9. Ordnungswidrigkeiten

Die Vorschriften entsprechen denen der Niedersächsischen Bauordnung. Ihre Wiederholung in dieser Satzung soll dazu beitragen, den Bezug dieser Satzung zur Niedersächsischen Bauordnung für die Bürger zu verdeutlichen und erkennbar zu machen, dass zum Beispiel ein Verstoß gegen die Anforderungen dieser Satzung als Ordnungswidrigkeit geahndet werden kann.

Diese Begründung hat dem Rat der Stadt Oldenburg (Oldb) in seiner Sitzung am 25. April 2016 zur Beschlussfassung vorgelegen.

Oldenburg, 12. Mai 2016