

ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFT

ZUR GESTALTUNG VON WERBEANLAGEN
UND WARENAUTOMATEN

DER STADT KÖTHEN (ANHALT)

ÄNDERUNG
Ausfertigung

TEIL 1

Gemäß dem Paragraphen 85 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 und 2 und Absatz 2 der Bauordnung Sachsen-Anhalt (BauO LSA) - vom 20. Dezember 2005 (GVBl. LSA 67/2005, Seiten 769 - 801) in der derzeit gültigen Fassung hat der Stadtrat der Stadt Köthen (Anhalt) in seiner Sitzung am 07. Juli 2011 folgende geänderte Örtliche Bauvorschrift zur Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten als Satzung beschlossen:

PRÄAMBEL

Die Innenstadt Köthens ist geprägt durch ein in Jahrhunderten gewachsenes Stadtbild. Am Stadtgrundriss sind bis heute die mittelalterlichen Strukturen ablesbar. Barocke Straßenzüge, wie Wallstraße und Springstraße sowie weitere Straßen und Plätze, weisen ein noch sehr gut erhaltenes und geschlossenes Bild auf und schließen größere öffentliche Grünflächen ein. Mehrere Bereiche der Stadt stehen mit ihrer Gesamtansicht unter Denkmalschutz.

Das in Jahrhunderten gewachsene Erscheinungsbild gilt es zu bewahren und zu pflegen.

Der Bereich der Innenstadt mit seinem Altstadtkern ist ein besonders schützenswerter Bereich. Die Erhaltung, Schonung und Pflege sowie die Entwicklung des Stadtbildes der Altstadt ist ein wichtiges strategisches Ziel für die Stadt Köthen. Angemessene Werbung an den Geschäften und anderen Einrichtungen der Innenstadt soll dazu beitragen, dass das unverwechselbare und einmalige Erscheinungsbild des historischen Stadtkerns der Stadt Köthen (Anhalt) erhalten bleibt.

Der Gestaltungsbereich der Satzung beinhaltet den Altstadtkern und erstreckt sich auf zentrumsnahe Bereiche.

§ 1 ÖRTLICHER GELTUNGSBEREICH

Diese Satzung gilt für die Innenstadt, der Geltungsbereich ist in der anliegenden Karte (Anlage 1) dargestellt.

Der Geltungsbereich wird wie folgt begrenzt:

im Norden durch die westliche und nördliche Grenze der Grundstücke der Lange Straße Nr. 6 bis 31, der Straße Kleiner Neumarkt Nr. 13 (Gehöft) und Nr. 4 der westlichen und nördlichen Grenze der Grundstücke der Leopoldstraße Nr. 10 sowie der Leopoldstraße Nr. 10 - 17, 19 - 27 der Straße am Hühnerkropf bzw. Leopoldstr. Nr. 28 bis 51;

im Osten durch ein Teilstück der Augustenstraße, die östliche Grenze der Grundstücke der Leopoldstraße Nr. 52, 53, 81, der Augustenstraße Nr. 70 bis 86, der Friedrichstr. Nr. 16, der Augustenstr. Nr. 89 bis 97, der Dessauer Str. Nr. 30, der Friedrich-Ebert-Str. Nr. 3 und 57;

im Süden durch die südliche Grenze der Grundstücke der Augustenstr. Nr. 100, der Weintraubenstr. Nr. 21 bis 35, der Dr.-Krause-Str. Nr. 65, dem Bärplatz Nr. 4 und 5, der Leipziger Str. Nr. 2 und 79 bzw. der Mühlenstr. Nr. 1 bis 4 und 60, der Bärteichpromenade Nr. 1 - 8, der Baasdorfer Str. Nr. 1, der Bärteichpromenade Nr. 8a, 9, quer durch die Parkanlage "Friedenspark" – parallel der Bärteichpromenade in Richtung der Bärteichpromenade Nr. 11, entlang der südlichen Grenze der Grundstücke der Bärteichpromenade 11, 12, 12 a, 12 b, 12 c, der Halleschen Str. Nr. 15 a und 67, der Bärteichpromenade Nr. 13 bis 28 a;

im Westen durch die westliche Grenze der Grundstücke der Bärteichpromenade Nr. 28 a, ca. 10 m westlich der Joachimiallee parallel der Joachimiallee in Richtung Technische Hochschule, quer durch das Hochschulgelände bis zur westlichen Grenze der Grundstücke der Bernburger Str. 17, Bernhard-Kellermann-Str. 1, Lange Str. Nr. 1 bis 4.

§ 2 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH

- (1) Diese Satzung gilt für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen und Warenautomaten.
- (2) Durch die örtliche Bauvorschrift werden die Sanierungssatzung, die Sondernutzungssatzung, das Denkmalschutzgesetz sowie straßen- und verkehrsrechtliche Vorschriften nicht berührt.

§ 3 ARTEN DER WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser örtlichen Bauvorschrift sind alle Anlagengem. § 10 BauO LSA, die nachfolgend hinsichtlich ihrer Gestaltung beispielhaft in Gruppen zusammengefasst sind:
 1. parallel zur Fassade angebrachte ein- oder mehrteilige Werbeanlagen (**Parallel-Werbeanlagen**)
 2. rechtwinklig zur Fassade angebrachte ein- oder mehrteilige Werbeanlagen (**Ausleger**)
 3. flächenhafte Werbeanlagen an Fassaden und auf Schaufenstern (**Flächenwerbung**)
 4. Anlagen, die amtlichen Mitteilungen und der Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen dienen oder Waren und Dienstleistungen anbieten (**Schaukästen**).
- (2) Die örtliche Bauvorschrift gilt auch für Automaten, die dem Verkauf von Waren dienen und die von allgemein zugänglichen Verkehrs- und Grünflächen aus sichtbar sind.

§ 4 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN

- (1) Werbeanlagen und Warenautomaten müssen nach Größe, Farbe, Werkstoff und Anbringungsart klar gestaltet und werkgerecht durchgebildet sein und sich dem Orts- und Straßenbild anpassen. Soweit sie an Gebäuden angebracht sind, müssen sie sich außerdem in die Architektur des Bauwerkes einfügen und über die Anforderungen der §§ 9 und 10 BauO LSA hinaus den Anforderungen der §§ 5 bis 10 dieser Satzung entsprechen.
- (2) Die Farbigkeit der Werbeanlagen und Warenautomaten soll mit der Farbgestaltung des Gebäudes, an oder vor dem sie angebracht werden, und mit der Umgebung harmonieren. Leuchtfarben und stark reflektierende Farben sind nicht zu verwenden.
- (3) Werbeanlagen und Warenautomaten sind zu pflegen und zu unterhalten, und sind, sobald sie ihren Zweck nicht mehr erfüllen, unverzüglich vom Grundstückseigentümer / der Grundstückseigentümerin zu entfernen.

§ 5 ANORDNUNG VON WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

- (1) Werbeanlagen sind nur zulässig an den einer öffentlichen Verkehrsfläche oder an den einem öffentlich zugänglichen Parkplatz zugewandten Seiten eines Gebäudes. Steht ein Gebäude nicht parallel zur Straßenbegrenzungslinie, so sind Werbeanlagen an der Seite zulässig, die den geringsten Winkel zur Begrenzungslinie der Verkehrsfläche aufweist.
Unzulässig ist ihre Anordnung an Nebengebäuden, in Vorgärten, auf Grünflächen, an Einfriedungen, Brücken und Bäumen, Beleuchtungs- und Leitungsmasten, die von allgemein zugänglichen Verkehrs- und Grünflächen aus sichtbar sind.
Ausgenommen davon sind Werbeflächen, die nach Sondernutzungssatzung (z. B. für Wahlwerbung) erlaubnisfrei sind.
- (2) Warenautomaten und Schaukästen zum Anbieten von Waren und Dienstleistungen sind nur an Gebäuden zulässig und möglichst so anzuordnen, dass sie in die Fassade integriert sind und nicht vor die Gebäudeaußenkante treten. Ausgenommen davon ist die Anbringung in Hofeinfahrten, an zurückspringenden Gebäudeteilen und Schaufensterfronten oder Passagen.
- (3) Schaukästen, die der Information der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische und sportliche und ähnliche Veranstaltungen dienen, können abweichend von Abs. 2 auch an der Grundstücksgrenze oder an der Zuwegung zu Gebäuden zugelassen werden, wenn diese Gebäude nicht auf der Grundstücksgrenze zur Verkehrsfläche errichtet worden sind.
- (4) Schilder, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe sowie Gebäude und Räume für Berufsausübung freiberuflich Tätiger und solcher Gewerbetreibenden, die ihren Beruf in ähnlicher Weise ausüben, kennzeichnen, sind an dem betreffenden Gebäude oder an der Zuwegung zu diesem anzuordnen. Sind mehrere Hinweise dieser Art notwendig, sind sie auf einer (Werbe-)Anlage bzw. zu einer Einheit zusammenzufassen.

§ 6 PARALLELWERBEANLAGEN

- (1) Die Anbringung von Parallelwerbeanlagen an Gebäuden ist grundsätzlich nur zulässig
 - unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses und nicht höher als 0,90 m über der Erdgeschossdecke bei mehrgeschossigen Gebäuden,
 - unterhalb der Traufhöhe bei eingeschossigen Gebäuden.

Bei Gebäuden mit mindestens drei Geschossen, in denen sich gewerbliche Einrichtungen in Obergeschossen befinden, ist die Anbringung von Werbeanlagen auch in diesen Geschossen möglich. Ausgenommen hiervon ist Transparentwerbung.

Wenn die gewerblichen Einrichtungen sich über mehrere Geschosse erstrecken, ist Werbung nur in der Geschossebene zulässig, die der öffentlichen Verkehrsfläche am nächsten liegt.

- (2) Die Gesamtbreite der Werbeanlage ist auf $\frac{2}{3}$ der Hausbreite zu beschränken, der Abstand zu den Hauskanten und anderen Parallelwerbeanlagen darf das Maß von 0,80 m nicht unterschreiten. Die Höhe darf nicht das Maß von 0,80 m überschreiten. Mehrere Anlagen dieser Art übereinander sind nicht zulässig. Dies gilt nicht für zweizeilige Schriftzüge aus Einzelbuchstaben, wenn sie die zulässige Gesamthöhe einhalten.
- (3) Die Parallelwerbeanlage ist aus Einzelteilen zu bilden. Die Höhe der Einzelteile muss größer als ihre Breite sein. Zwischen diesen Einzelteilen muss die Fassade sichtbar sein. Sie sind als Einzelbuchstaben, durchbrochene Schriftzüge, Symbole, Embleme, Wappen oder andere Elemente mit gleicher Wirkung zu gestalten.
- (4) Das Hervortreten der Werbeanlage vor die Fassadenaußenkante ist bis zum Maße von 0,25 m zulässig.

§ 7 AUSLEGER

- (1) An jeder gemäß § 5 (1) einer öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Fassade ist die Anordnung nur eines Auslegers entsprechend den Höhenbeschränkungen des § 6 (1) auf einer Länge von 8,00 m zulässig. Bei Gebäuden mit mehreren Geschäften ist nur ein Ausleger für jedes Geschäft zulässig. Bei Gebäuden, die zwei öffentlichen Verkehrsflächen zugewandt sind (Eckgebäude), ist ein Ausleger direkt an der Ecke möglich, der jedoch auf beide Fassadenabschnitte angerechnet wird.
- (2) Die zur Fassade rechtwinklige Gesamtauskragung des Auslegers darf das Maß von 80 cm (gemessen von der Fassadenaußenkante) und die Höhe des Auslegers das Maß von 80 cm nicht überschreiten.
- (3) Die Ausleger sind als Zunftzeichen, Firmenzeichen in durchbrochener Ausführung, freistehende Einzelbuchstaben mit einer maximalen Stärke (parallele Breite zur Fassade) von 15 cm oder als Schilder/Tafeln mit einer maximalen Stärke von 5 cm zu gestalten.
- (4) Von den Beschränkungen in der Anzahl von Auslegern und deren Größe sind bei künstlerisch gestalteten Auslegern Ausnahmen zulässig. Wenn keine anderen Ausleger an dem Gebäude vorhanden sind, dürfen auf einer Fassade oder auf einem Fassadenabschnitt von mind. 8,00 m Länge zwei Ausleger angebracht werden. Eine künstlerische Gestaltung ist dann anzunehmen, wenn die Ausleger individuell und als Einzelstücke entworfen und angefertigt werden.

§ 8 FLÄCHENHAFTE WERBEANLAGEN

- (1) Alle Arten von Fenstern, Schaufenstern und Fenstertüren dürfen weder von innen noch von außen mit Plakaten oder anderen undurchsichtigen Materialien beklebt oder bemalt werden. Ausgenommen hiervon sind Schau- und Ladenfenster im Erdgeschoss, wenn die gestaltete Fläche insgesamt nicht $\frac{1}{4}$ der Glasfläche des jeweiligen Fensters bzw. der Fläche der jeweiligen Tür überschreitet.
- (2) Das Bekleben von Fassaden mit Zettel- und Bogenanschlügen (Plakaten) ist unzulässig.

- (3) Unmittelbar auf die Fassade aufgebrachte Werbung (Bemalung) ist im Sinne der übrigen Anforderungen zu gestalten.

§ 9 LEUCHTWERBUNG

Leuchtwerbung sind hinterleuchtete, selbst leuchtende und angestrahlte Werbeanlagen.

Leuchtwerbung (Anlagen im Sinne der § 6 - Parallelwerbeanlagen und 7 - Ausleger) mit bewegten oder wechselnden Lichtern ist unzulässig.

In den besonders schützenswerten Bereichen der Stadt

**Markt, Holzmarkt, Springstraße, Schulstraße, Wallstraße Nr. 15 - 69,
Neustädter Platz, Stiftstraße, Schlossplatz**

ist selbst leuchtende Leuchtwerbung unzulässig.

§ 10 WARENAUTOMATEN UND SCHAUKÄSTEN

Warenautomaten und Schaukästen sind, wenn sie an Gebäuden angebracht werden, in der Farbe der dazugehörigen Fassade zu gestalten. Die überwiegende Verwendung von reflektierenden Materialien, bewegte und wechselnde Lichter sind unzulässig. Das Aufstellen beweglicher Automaten im öffentlichen Verkehrsraum ist untersagt.

§ 11 ABWEICHUNGEN

Abweichungen von den Anforderungen dieser Satzung an die Gestaltung und Errichtung von Werbeanlagen und Warenautomaten können im Einzelfall zugelassen werden, wenn sich die Werbeanlage bzw. der Warenautomat auf andere Weise in die bauliche Gestalt und Fassadenstruktur des betreffenden Gebäudes, mit dem sie / er im Zusammenhang steht, besser einfügt.

§ 12 GENEHMIGUNGSPFLICHT

Im Geltungsbereich dieser Satzung ist für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen und Warenautomaten, die nach § 60 (1) Nr. 11 Bauordnung Sachsen-Anhalt verfahrensfrei sind, eine schriftliche Genehmigung der Gemeinde erforderlich.

Für die übrigen Werbeanlagen und Warenautomaten ist keine Genehmigung nach dieser Satzung, sondern eine Baugenehmigung nach § 71 Bauordnung Sachsen-Anhalt erforderlich, die auch die Prüfung der Vorschriften nach dieser Satzung umfasst.

§ 13 AUSNAHMEN VON DER GENEHMIGUNGSPFLICHT

- (1) Eine Genehmigung der Gemeinde ist nicht erforderlich für
1. flach angebrachte Namensschilder an Wohn- und Geschäftsstätten bis zu einer Größe von 0,2 m²,
 2. am Ort der Leistung vorübergehend angebrachte oder aufgestellte

Werbeanlagen und Warenautomaten, die nicht fest mit dem Bauwerk oder dem Boden verbunden sind und die Bau- oder Straßenflucht nicht überschreiten,

3. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen an der Stätte der Leistung, insbesondere für Aus- und Schlussverkäufe, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltungen bzw. einer angemessenen Vorbereitungszeit,
 4. Anschlagwerbung an genehmigten öffentlichen Anschlagflächen oder an Flächen, die aus besonderen Anlässen genehmigt sind,
 5. Werbeanlagen, die vorübergehend zu öffentlichen Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden.
- (2) Die in Absatz 1 Nr. 1, 2 und 3 aufgeführten Werbeanlagen und Warenautomaten müssen den Anforderungen der §§ 4, 5, 6, 8 entsprechen.

§ 14 GENEHMIGUNGSANTRAG

- (1) Für jede nach § 12 genehmigungspflichtige Werbeanlage oder jeden genehmigungspflichtigen Warenautomaten ist bei der Stadt Köthen ein Antrag in dreifacher Ausfertigung einzureichen. Es gilt die Bauvorlageverordnung (BauVorl VO) vom 8. Juni 2006 (GVBl. LSA 2006, S. 351).
- (2) Der Antrag ist durch Lichtbilder oder fachmännische Zeichnungen so zu erläutern, dass eine ausreichende Beurteilung sowohl der Werbeanlage/des Warenautomaten als auch der Örtlichkeit der Werbestätte / Anbringungsstätte möglich ist. Hierzu sind insbesondere erforderlich:
 1. eine maßstäbliche und fachgerechte Zeichnung oder ein Lichtbild der Werbeanlage/des Warenautomaten mit Angabe und Darstellung der Beschriftung und Bemalung und
 2. eine maßstäbliche Darstellung oder ein Lichtbild der Örtlichkeit der Werbestätte/Anbringungsstätte, die den Ort der Anbringung und alle zur Beurteilung wichtigen Einzelheiten und die nähere Umgebung einschließlich der bereits vorhandenen Werbeanlagen / Warenautomaten klar erkennen lässt.
- (3) Die Antragsunterlagen sind vom Antragsteller/der Antragstellerin zu unterschreiben. Ist der Antragsteller/die Antragstellerin nicht zugleich Grundstückseigentümer (-in), ist außerdem die Unterschrift des Grundstückseigentümers / der Grundstückseigentümerin und/oder eine Gestattungserklärung des Grundstückseigentümers/der Grundstückseigentümerin erforderlich.

§ 15 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN

- (1) Ordnungswidrig handelt nach § 6 Abs. 7 Gemeindeordnung Sachsen-Anhalt, wer im Geltungsbereich des § 1 dieser Satzung
 - entgegen § 12 dieser Satzung ohne Genehmigung Werbeanlagen und Warenautomaten errichtet oder ändert,
 - Werbeanlagen und Warenautomaten nicht entsprechend § 4 (3) dieser Satzung pflegt und unterhält oder entfernt, wenn sie ihren Zweck nicht mehr erfüllen,

- genehmigungsfreie Anlagen im Sinne des § 13 (1) dieser Satzung entgegen den Bestimmungen der §§ 5, 6 und 8 gestaltet, anbringt oder anordnet.
- (2) Die Ordnungswidrigkeit kann nach § 6 Abs. 7 Gemeindeordnung Sachsen-Anhalt mit einer Geldbuße bis zu 2.500 Euro geahndet werden.

§ 16 INKRAFTTRETEN

Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
Gleichzeitig tritt die Örtliche Bauvorschrift zur Gestaltung von Werbeanlagen der Stadt Köthen und Warenautomaten (In Kraft getreten am 25.04.2003) außer Kraft.

Köthen, den 13.07.2011.....


Oberbürgermeister



**ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFT ZUR GESTALTUNG VON
WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN**

DER STADT KÖTHEN (ANHALT)

TEIL 2

BEGRÜNDUNG

ÄNDERUNG –18.01.2011
Ausfertigungsexemplar

TEIL 2

BEGRÜNDUNG

ERFORDERNIS UND ZIELSETZUNG DER ÖRTLICHEN BAUVORSCHRIFT

Die Innenstadt Köthens ist eine städtebaulich geschlossene Einheit. Gebäude des Barock, des Klassizismus, wie der Gründerzeit bis zum Jugendstil, prägen in überwiegendem Maße das Stadtbild.

Der Stadtgrundriss der Innenstadt zeichnet sich vorrangig durch das Vorhandensein von geschlossenen bebauten Quartieren aus. Bis auf wenige Ausnahmen ist die städtebauliche Struktur dieser ehemaligen Residenzstadt erhalten geblieben.

Die Gebiete Brauhausplatz/Ritterstraße, Springstraße, Wallstraße, Neustädter Platz, Bärteichpromenade, Schalaunische Straße, Holzmarkt und Marktplatz haben ihren jeweils eigenen Charakter, sind z. T. Denkmalbereiche.

Der Altstadt kern ist ein **besonders schützenswerter Bereich**, der durch unangemessene Werbeanlagen in seiner städtebaulichen Qualität empfindlich gestört werden könnte. Störende, aufdringliche Werbeanlagen oder eine Überfrachtung des Stadtbildes mit diesen, bringen den gegenteiligen Effekt zu dem, was mit Werbeanlagen erreicht werden soll. Es sollte den Gewerbetreibenden vermittelt werden, dass gerade die Erhaltung, Schonung und Pflege des Stadtbildes der Altstadt (auch der Unverwechselbarkeit) ein **wesentlicher** Werbefaktor zur Anziehung von Käufern und anderer Klientel ist.

Der Trend der Werbung, die Wirkung anderer Werbeanlagen zu überbieten, gerät in zunehmende Konkurrenz zu dem Interesse der Bürger am charakteristischen Bild ihrer Stadt.

Diese örtliche Bauvorschrift hat deshalb die Ziele

- sowohl der Werbung ein ihr gebührendes Wirkungsfeld zu belassen
- als auch
- das Stadtbild vor den teilweise negativen Einflüssen der Werbung zu bewahren.

Die grundsätzlichen und allgemeinen Anforderungen der §§ 3, 9 und 10 der Bauordnung Sachsen-Anhalt (BauO LSA) setzen der Gestaltung zwar einen Rahmen, reichen jedoch nicht aus, die grundsätzlich divergierenden Ansprüche von Werbung und Stadtbildpflege zu harmonisieren. Es wird in Köthen hieraus die Erkenntnis gezogen, dass das Stadtbild von diesen, nicht angemessenen, Werbeanlagen nur durch eine Bauvorschrift freigehalten werden kann, die Anordnung und Größe von Werbeanlagen beschränkt. Nach der neuen Bauordnung des Landes Sachsen-Anhalt vom

20. Dezember 2005 § 85 (2) erlässt die Gemeinde die örtliche Bauvorschrift als Satzung im eigenen Wirkungsbereich.

Der § 85 BauO LSA Abs. 1 Nr. 1 und 2 erlaubt es den Gemeinden, insbesondere den Ortsbildschädigenden Wirkungen der Reklame zu begegnen. Durch den Erlass einer Örtlichen Bauvorschrift kann die Gemeinde das Ziel verfolgen, über die Verhinderung einer Verunstaltung hinaus durch das Festlegen strenger ästhetischer Maßstäbe Gestaltungspflege zu betreiben. Die Stadt ist sich dabei bewusst, dass Werbung in einer Marktwirtschaft nicht nur unentbehrlich, sondern auch wechselnden Modetrends unterworfen ist. Die Gestaltung ist letztlich auch abhängig von der Art der angebotenen Dienstleistung oder Ware, ebenso von den ästhetischen Vorstellungen der Anbieter, wie der Angesprochenen.

Die Komplexität dieser Zusammenhänge würde eine bis ins Detail gehende Bauvorschrift in relativ kurzer Zeit überholt erscheinen

lassen. Die Anforderungen an die Gestaltung sind deshalb ausschließlich städtebaulicher Natur, wie Gliederung, Höhenbeschränkung, Anpassung an die Umgebung u. ä.

Bewusst gefördert wird die individuelle Gestaltung von Werbeanlagen, z. B.:

- durch die Forderung, Parallelwerbeanlagen aus Einzelteilen zu bilden,
- durch die Zulässigkeit von Transparentwerbung nur in gestalterischem Zusammenhang mit Schaufenstern oder
- durch die Zulässigkeit von mehreren Auslegern, wenn diese kunsthandwerklich ausgebildet oder künstlerisch gestaltet sind.

Langfristig wird hierdurch die Wiedererweckung von verschütteten Traditionen erwartet, zugleich eine verstärkte Unverwechselbarkeit der Stadt im Gegensatz zum gleichmacherischen Trend überörtlicher Werbemethoden.

Die örtliche Bauvorschrift ist unter Berücksichtigung des Verhältnismäßigkeitsprinzips, des Eigentumsrechtes sowie der Kunstfreiheitsgarantie entwickelt:

- Die Einschränkungen, die sich für den Bauherren ergeben, stehen in einem vertretbaren Verhältnis zur angestrebten Verbesserung des Stadtbildes. Werbung wird hierdurch nicht ausgeschlossen, sondern nur quantitativ eingeschränkt, zumal Werbeanlagen ohnehin nur einen kleinen Teil weiterer Möglichkeiten zum Werben für Waren und Dienstleistungen darstellen.
- Die Festsetzungen beruhen auf sachgerechten Erwägungen, berücksichtigen die vorhandene städtebauliche Situation und neuere Entwicklungen, die auf kleinteilige, zurückhaltende Werbung zielt. Bei der Formulierung der Vorschriften war auch zu bedenken, dass der Geltungsbereich nicht nur Einkaufszentrum der Stadt ist, sondern zugleich Lebens- und Kommunikationsraum der hier wohnenden Bevölkerung.
- Die Bauvorschrift soll einen breiten Gestaltungsspielraum für Eigentümer und Entwerfer sowohl hinsichtlich Materialwahl als auch Gestaltung im Detail gewähren. Einige Festsetzungen zielen sogar auf die Förderung individueller Gestaltung.

zu § 1 ÖRTLICHER GELTUNGSBEREICH

Der örtliche Geltungsbereich umfasst den Innenstadtbereich, in dem gewerbliche Nutzung vorhanden ist oder entstehen kann und in dem durch Werbeanlagen negative Auswirkungen auf das Stadtbild bestehen oder zu erwarten sind. Er ist beschränkt auf die Innenstadt. Die Satzung ist zur Weiterentwicklung der vorhandenen und besonders gestalteten Ortslage (Innenstadt) erforderlich entsprechend der BauO LSA § 85 (1).

zu § 2 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH

Der sachliche Geltungsbereich umfasst sowohl Werbeanlagen als auch Warenautomaten, da zwischen diesen häufig ein Zusammenhang besteht. Weil von einer denkbaren Häufung genehmigungsfreier, kleiner Werbeanlagen und Warenautomaten ähnliche Wirkungen ausgehen können, wie von größeren, werden auch die kleiner als 1,00 m² großen Anlagen in die Satzung einbezogen, deren Anbringung nach § 60 (1) Nr. 11 BauO LSA verfahrensfrei ist.

Nach § 12 dieser Satzung sind jedoch alle Werbeanlagen und Warenautomaten genehmigungspflichtig.

Unberührt von der Satzung bleiben die Belange des Denkmalschutzes, straßen- und verkehrsrechtliche Vorschriften, die Sanierungssatzung und die Sondernutzungssatzung.

zu § 3 ARTEN DER WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

Für die Art der Werbeanlagen werden die Begriffe

- Parallelwerbeanlagen
- Ausleger
- Flächenwerbung
- Schaukästen

verwendet, um Verwechslungen auszuschließen.

Als Parallelwerbeanlagen gelten solche, die parallel zur Fassade vor diese gesetzt werden, in der Regel als fortlaufende Schriftzüge oder Symbole und Embleme sowie Transparentwerbung, wenn diese kastenartig (durchgehende Fläche) vor der Fassade angebracht ist. Unerheblich ist dabei, ob sie selbst leuchtend, angestrahlt oder hinterleuchtet ist.

Ausleger sind rechtwinklig vor der Fassade angebrachte Werbeanlagen. Als rechtwinklig gelten auch solche unregelmäßiger Aufsichtsfläche, wenn ihre Achse einen rechten Winkel zur Fassade bildet.

Als Flächenwerbung gilt die unmittelbar auf die Fassade aufgebrachte Werbung, z. B. Bemalung, Beklebung oder Aufbringung verschiedener Putzschichten (Sgraffito u. ä.).

zu § 4 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN

Der Paragraph soll unter Hinweis auf die in der BauO LSA, § 10 (2) an die Werbeanlagen gestellten Forderungen den Zusammenhang Werbeanlage - Umfeld deutlich machen und überleiten auf die konkreten Anforderungen der Satzung.

Forderungen zur Farbgestaltung sind hier relativ allgemein gefasst worden. Mit dieser Maßgabe kann nach Einschätzung der jeweiligen örtlichen Situation verhindert werden, daß Werbeanlagen, deren Wirkung wesentlich von der Farbgebung abhängt, mit ihrer Umgebung und untereinander konkurrieren.

Eine Vorgabe von konkreten Farben ist schlecht praktikabel und lässt sich aus der Umgebung schwer ableiten. Bei der Beurteilung bleibt hier ein entsprechender Ermessensspielraum.

zu Absatz. 3:

Mit dieser Forderung wird u. a. der Tatsache Rechnung getragen, dass es nach Schließung gewerblicher Einrichtungen des Öfteren passiert, dass vergessen wird, die Werbeanlagen zu entfernen, welche dann langsam verrotten und unansehnlich werden.

zu § 5 ANORDNUNG VON WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

Werbeanlagen sollen vor allem in den öffentlichen Raum wirken und Interessenten ansprechen. Diesem Grundgedanken entsprechend, erfolgt die Beschränkung von Werbeanlagen auf die den öffentlichen Verkehrsflächen zugewandten Fassaden. Zweifel könnten entstehen, welche Seite des Gebäudes mit Werbeanlagen versehen werden darf oder die gewundene Straßenführung den Blick auf eine lange Seitenwand oder einen Brandgiebel ermöglicht. In solchen Fällen sind Werbeanlagen an der Seite anzubringen, die der Straße am ehesten zugewandt ist
(siehe Skizze 1).

Diese Vorschriften haben in der städtebaulichen Struktur in Teilen von Köthen besondere Bedeutung, da Werbeanlagen an Seitengiebeln, auf Brandwänden oder sogar auf Rückseiten durchaus geeignet sind, in den öffentlichen Bereich von Grünflächen oder Verkehrsflächen hineinzuwirken. Hierdurch könnte jedoch ein Übermaß an Werbeanlagen entstehen, dass die durch Begrünung gekennzeichnete Situation erheblich beeinträchtigt. Deshalb werden Werbeanlagen in Vorgärten und an Einfriedungen sowie an Nebenanlagen ausgeschlossen.

Warenautomaten und kommerzielle Schaukästen bestimmen sehr wesentlich das Stadtbild aus der Sicht der Fußgänger. Die entsprechenden Vorschriften sollen bewirken, dass sie besser in das Gesamtbild des Gebäudes und seiner Umgebung eingefügt werden. In Hofeinfahrten, in Passagen oder nischenartigen Rücksprüngen der Schaufensterfronten ist eine freiere Aufstellung möglich, da die nachträgliche Aufstellung von Automaten auch ohne größeren baulichen Aufwand ermöglicht werden soll. Ausgenommen sind davon Schaukästen von z. B. Kirchen, Verwaltungen oder Sportvereinen, da deren Gebäude in der Regel nicht unmittelbar am Straßenrand stehen und für deren Informationen höherwertiges öffentliches Interesse besteht. Sie bleiben jedoch den übrigen Gestaltungsvorschriften unterworfen.

Auf die Gestaltung von Firmenschildern u. ä. soll nur in geringem Umfang Einfluss genommen werden, da diese nur wenig Einfluss auf das Bild des Gebäudes als Ganzes ausüben. Sinnvoll ist jedoch die gruppenweise Zusammenfassung am Gebäude selbst oder am Zugang zu diesem, um nicht den Eindruck von Konfusion entstehen zu lassen. Eine solche Festsetzung wird vor allem ärztliche Gruppenpraxen oder mehrere in einem Gebäude befindliche Büros betreffen
(siehe auch Skizze 4).

zu § 6 PARALLELWERBEANLAGEN

Die Vorschriften zielen im Wesentlichen darauf, Größe und Gliederung der Werbeanlagen in Übereinstimmung mit der Bausubstanz zu bringen. Dabei wird weniger die absolute Größe von Schriftzügen u. ä. begrenzt, sondern ihr Größenverhältnis zur Fassade. Hierdurch wird zugleich erreicht, dass die größeren Geschäfte nicht benachteiligt werden. Die Möglichkeit, dass die zulässige Breite von 2/3 der Hausbreite wegen des Abstandes zur Hauskante nicht erreicht werden kann, ist nur bei Gebäuden denkbar, deren Breite weniger als 4,80 m beträgt
(siehe Skizze 2).

Die Gliederung der Werbeanlagen in Einzelteilen dient der Wahrung der prägenden Kleinteiligkeit des Straßenbildes und der Dominanz der Architektur. Dabei bietet sich eine große Fülle von Gestaltungsmöglichkeiten, die die Kreativität der Entwerfer nicht einschränken, vielmehr zu originellen Lösungen anregen soll
(siehe Skizze 3).

Vorzug wird gut gestalteten Schriftzügen aus Einzelbuchstaben eingeräumt, die auch mehrzeilig sein können, die sich bei entsprechender Dimensionierung am besten in die Fassaden einfügen
(siehe Fotodokumentation).

Die Beschränkungen der Höhe führen notwendigerweise zur Verhinderung von sogenannten "vertikalen Schriftbändern". Da die Gebäude in der Regel nur 2- bis 3-geschossig sind und die vertikalen Werbeanlagen nicht selten bis unter das Dach reichen, wird die Wirkung der Architektur im Straßenbild völlig zurückgedrängt. Dieser Tendenz soll entgegengewirkt werden.
(Beispiele für unzulässige Anordnungen zeigt Skizze 4).

In dieser – gegenüber der Satzung vom 25.04.2003 geänderten Satzung – sind nur noch Parallelwerbeanlagen zulässig, die aus Einzelteilen gebildet sind. Bei der Anwendung der alten Satzung gab es bezüglich der ausnahmsweisen Zulässigkeit von Transparentwerbeanlagen Irritationen. Demnach wurden die entsprechenden Absätze gestrichen. Ausnahmen sind weiterhin zulässig aufgrund § 11.

zu § 7 AUSLEGER

Ausleger sind, wie viele vertikale Schriftbänder, die senkrecht vor die Fassade treten, geeignet, im Straßenbild für den Fußgänger zu dominieren. Das gilt vor allem in schmalen Straßen, in denen der Fußgänger die Raum begrenzende Architektur - betrachtet er den Straßenraum vor allem in Längsrichtung - kaum noch wahrnehmen kann. Ähnliches gilt jedoch auch für breite Straßenräume, da sich der Fußgängerverkehr trotzdem auf relativ schmalen Fußwegen entlang der Gebäude konzentriert. Der Raumeindruck wird dabei durch die optisch kompakten, selten individuell gestalteten Leuchtkästen bestimmt.

Sinn der Vorschriften über die Ausleger ist es deshalb, die Anzahl zu beschränken, die Kompaktheit zugunsten von durchbrochenen Werbeanlagen zu vermeiden und zugleich zur individuellen Gestaltung anzuregen und damit die Unverwechselbarkeit des Stadtbildes zu erhöhen.

Die Vorschriften lassen dabei einen weiten Gestaltungsspielraum. So sind sowohl Abwandlungen traditioneller als auch moderner Zeichen sowie angestrahlte Schrifttafeln zulässig. Die **Skizzen 5 - 7** zeigen hierzu einige Möglichkeiten. Dabei sollen die Zeichen einen bildhaften Bezug zu den angebotenen Waren und Dienstleistungen herstellen, wie z. B. Uhr - Uhrmacher, Fisch - Fischgeschäft, Obstkorb - Früchtehaus u. ä.
(Skizze 7, Fotodokumentation).

Ähnliches gilt für Schrifttafeln, die z. B. auf ein Restaurant oder ein Antiquitätengeschäft hinweisen und angestrahlt werden. Auch andere Ausleger sind durchbrochen zu gestalten. Ihre Ansichtsfläche bietet dem Fußgänger damit ein abwechslungsreiches Licht- und Schattenspiel sowie Durchblicke, durch die die dahinter liegende Architektur sichtbar bleibt.

Ausleger, deren Dimensionen diese (vorherigen) Maximalwerte ausschöpfen, wirken im kleinteiligen Stadtbild der Innenstadt Köthens sehr dominant, besonders wenn sie nicht individuell gestaltet sind.

Eine Ausnahmeregelung, dass im Falle der Verwendung künstlerisch gestalteter Ausleger von den Beschränkungen hinsichtlich Anzahl abgesehen werden kann, dient wiederum der Förderung individuell gestalteter Werbeanlagen und damit zugleich der Individualität und Unverwechselbarkeit des Stadtbildes, auch dann, wenn sich die beabsichtigte Wirkung erst langfristig einstellen wird.

zu § 8 FLÄCHENHAFT WERBEANLAGEN

Die noch vor einigen Jahren als notwendig angesehene Größe von Schaufenstern führte zu enormen Kosten bei der Gestaltung der Schaufensterauslagen. Veränderte Verkaufs- und Werbemethoden führten nunmehr zum Bekleben von Fenstern und Schaufenstern mit Werbeplakaten, die z. B. mit Hinweisen auf Sonderangebote, aber auch zur optischen Reduzierung der Schaufensterflächen (Gucklocheffekt) zum Anlocken von Kunden. Diese Beklebungen gehören optisch jedoch zu den stärksten Verunstaltungen des Stadtbildes, da sie die ursprüngliche gestalterische Einheit von Gebäude und Schaufenster aufheben sowie durch ihre Flachheit kaum ein Licht- und Schattenspiel bewirken. In den Obergeschossen bewirken sie eine unvermeidbare Verödung der Fassade, in der die Öffnungen wie Blindfenster wirken.

Ein völliger Ausschluss dieser Beklebungen müsste jedoch zu wirtschaftlichen Nachteilen für einige Betriebe führen. Nach Auswertung zahlreicher vergleichbarer Bauvorschriften und Beratung mit Betroffenen scheint der Anteil von 25 % der Fensterflächen, die mit Werbeplakaten versehen werden dürfen, als angemessen und vertretbar. Ebenso grundsätzlich ausgeschlossen wird aus vergleichbaren Gründen die Beklebung von Außenwänden.

Eine relativ kostengünstige Art der Werbung ist das unmittelbare Aufbringen auf die Außenwand als Bemalung oder Sgraffito. Es gelten für Anordnung, Größe u. ä. die gleichen Anforderungen wie für die Parallelwerbeanlagen.

zu § 9 LEUCHTWERBUNG

Die Sichtbarmachung der Werbeanlagen auch am Abend und in der Nacht zählt zu den wesentlichen Aufgaben der Werbung. Zulässig sind selbst leuchtende, hinterleuchtete und angestrahlte Werbeanlagen (siehe Skizze 10), sofern keine Blendwirkung von den Leuchtquellen ausgeht. Wichtig ist dabei die lichttechnisch richtige Lenkung des Lichtes, um störende Lichtemissionen und Blendungen zu vermeiden.

Ausgeschlossen werden dagegen alle Arten bewegten oder wechselnden Lichtes. Eine Zulassung müsste zu Beeinträchtigungen der Nachbarwerbeanlagen führen und damit zu einem Anpassungszwang mit dem Ergebnis eines Übermaßes von unerwünschten Lichteffekten. Dass solche Lichtanlagen durchaus auch ihren ästhetischen Reiz haben können, zeigen Jahrmärkte, Großstadtboulevards und Vergnügungsviertel, die ihren Glitzer vor allem nachts ausstrahlen, tagsüber aber durch ein Übermaß technischer Einrichtungen und Materiallimitationen einen eher tristen Eindruck vermitteln. Für den Einkaufsbereich einer Stadt wie Köthen mit ihren unterschiedlichen Architektur- und Baustilen erscheint eine solche Art der Werbung als nicht angemessen. Zulässig bleiben dennoch selbst leuchtende, hinterleuchtete oder angestrahlte Werbeanlagen.

Es sind in diesen Paragraphen weiterhin einzelne städtebauliche Bereiche der Innenstadt aufgeführt, die aufgrund ihres besonderen städtebaulichen Wertes einen so hohen Schutzcharakter besitzen, dass es hier angebracht ist, selbst leuchtende Werbeanlagen ganz auszuschließen.

zu § 10 WARENAUTOMATEN UND SCHAUKÄSTEN

Die Anforderung an die Einfügung von Warenautomaten und Schaukästen gewährleisten, dass diese Anlagen, deren Entwicklung in formaler und technischer Hinsicht nicht überschaubar ist, sich in den Gesamteindruck des Hauses weitestgehend einfügen. Für die farbige Gestaltung ist eine Anpassung an die dominierende Farbe der jeweiligen Fassade maßgeblich. Ist ein vorherrschender Farbton nicht feststellbar - z. B. bei Mischung von rotem Klinker und farbigen Putzflächen - soll die Angleichung an eine der Farben erfolgen.

Im öffentlichen Verkehrsraum ist die Aufstellung beweglicher Automaten, d. h. nicht ortsfester Automaten, die zum Anlocken von Käufern, Anpreisen oder dem Verkauf von Waren dienen, im Geltungsbereich der Satzung nicht erlaubt, um eine Überfrachtung des Stadtbildes mit diesen Objekten zu verhindern.

zu § 11 ABWEICHUNGEN

Der Paragraph ermöglicht die Zulassung von Abweichungen von dieser Satzung.

Die Regelungen einer Gestaltungssatzung können nie so detailliert sein, dass alle Besonderheiten Berücksichtigung finden können.

Es kann z. B. durchaus sein, dass aufgrund der Fassadenstruktur eines Gebäudes die Gestaltung einer Werbeanlage optimal ist, die nicht den Anforderungen dieser Satzung entspricht.

Für die Zulässigkeit solcher Abweichungen ist mit dieser Vorschrift Ermessensspielraum vorhanden.

zu § 12 GENEHMIGUNGSPFLICHT

Nach der Bauordnung des Landes Sachsen-Anhalt vom 20. Dezember 2005, § 85 Abs. 2, erlässt die Gemeinde die Örtliche Bauvorschrift als Satzung im eigenen Wirkungskreis. Mit dieser Regelung kann die Gemeinde in den örtlichen Bauvorschriften bestimmen, dass die Errichtung und die Änderung von baulichen Anlagen und Einrichtungen, an die die örtliche Bauvorschrift Anforderungen stellt, einer schriftlichen Genehmigung der Gemeinde bedürfen, also ein eigenes Genehmigungsverfahren notwendig ist (Nach BauO LSA sind Werbeanlagen bis zu einer Ansichtsfläche von 1,0 m² und Warenautomaten verfahrensfrei.).

Die Einführung der Genehmigungspflicht durch die Gemeinde für verfahrensfreie Werbeanlagen macht die Durchsetzung der Anforderungen der Satzung einfacher, es ist der Behörde möglich, frühzeitig verunstaltende, nach dieser Satzung unzulässige Werbeanlagen zu verhindern und die Antragsteller zu beraten.

Wenn die Satzung lediglich die Anforderungen an die Anlagen festsetzt, aber keine Genehmigungspflicht besteht, ist es schwierig, auf die Gestaltung einzuwirken. Die Behörde kann in dem Fall erst feststellen, ob die Anlage den Anforderungen der Satzung entspricht, wenn sie bereits errichtet ist. Wichtig ist, eine hohe Publizität der örtlichen Bauvorschrift zu erreichen, so daß die Geschäftsleute frühzeitig auf die Forderungen der Satzung vorbereitet sind, dies erhöht auch die Akzeptanz der Satzung bei den Betroffenen.

Bei nach § 60 (1) Nr. 11 BauO nicht baugenehmigungsfreien Werbeanlagen wird die Prüfung nach dieser Satzung im bauordnungsrechtlichen Verfahren nach § 62 BauO durchgeführt.

zu § 13 AUSNAHMEN VON DER GENEHMIGUNGSPFLICHT

Infolge des § 12 "Genehmigungspflicht" ist es erforderlich, für bestimmte Maßnahmen Ausnahmen zuzulassen, um so vor allem den Geschäftsleuten die Möglichkeit zu erhalten, kurzfristige Werbeaktionen durchzuführen bzw. die Werbung für zeitlich befristete Aktionen zuzulassen.

Öffentliche Anschlagflächen können z. B. Litfasssäulen o. ä. sein.
(Die Rechte Dritter werden mit dieser Satzung nicht berührt.)

zu § 14 GENEHMIGUNGSANTRAG

Die Bauvorlagenverordnung (BauVorlVO) vom 08. Juni 2011 enthält in § 5 die Anforderungen an Bauvorlagen für Werbeanlagen. Zur Orientierung der Antragsteller ist es sinnvoll, bereits in der Satzung darauf hinzuweisen, dass entsprechende Unterlagen einzureichen sind.

Anlage 2 zur Begründung

FOTODOKUMENTATION

BEISPIELE GUT GESTALTETER WERBEANLAGEN
IN KÖTHEN

Beispiele gut gestalteter Parallelwerbeanlagen mit Einzelbuchstaben





Mitteldeutsche Zeitung



Café Ließ

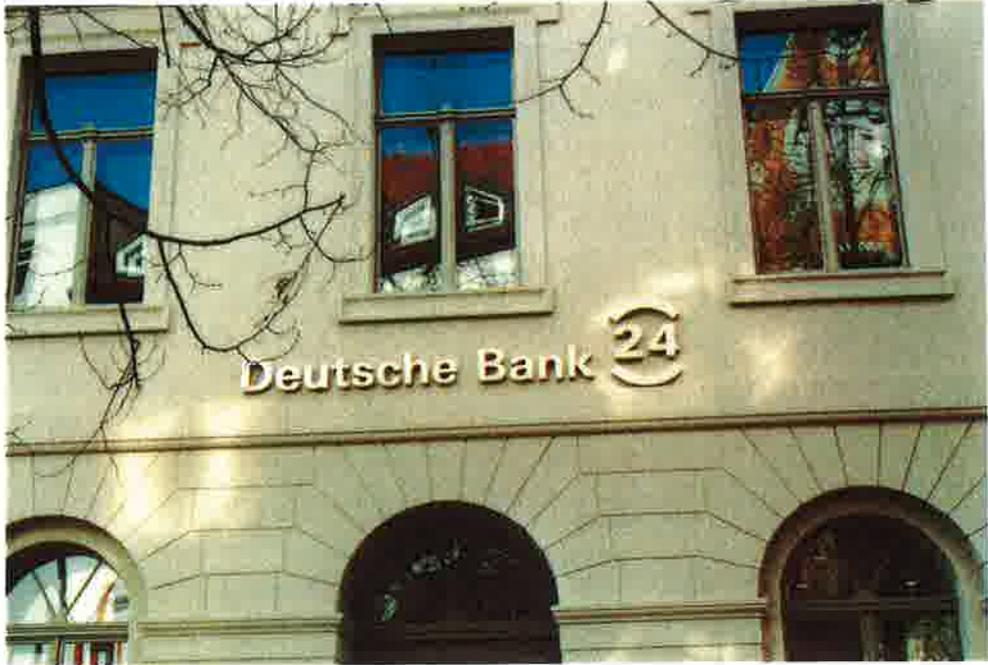
Restaurant







zweizeiliger Schriftzug







Beispiele gut gestalteter Ausleger





Anlage 1 zur Begründung

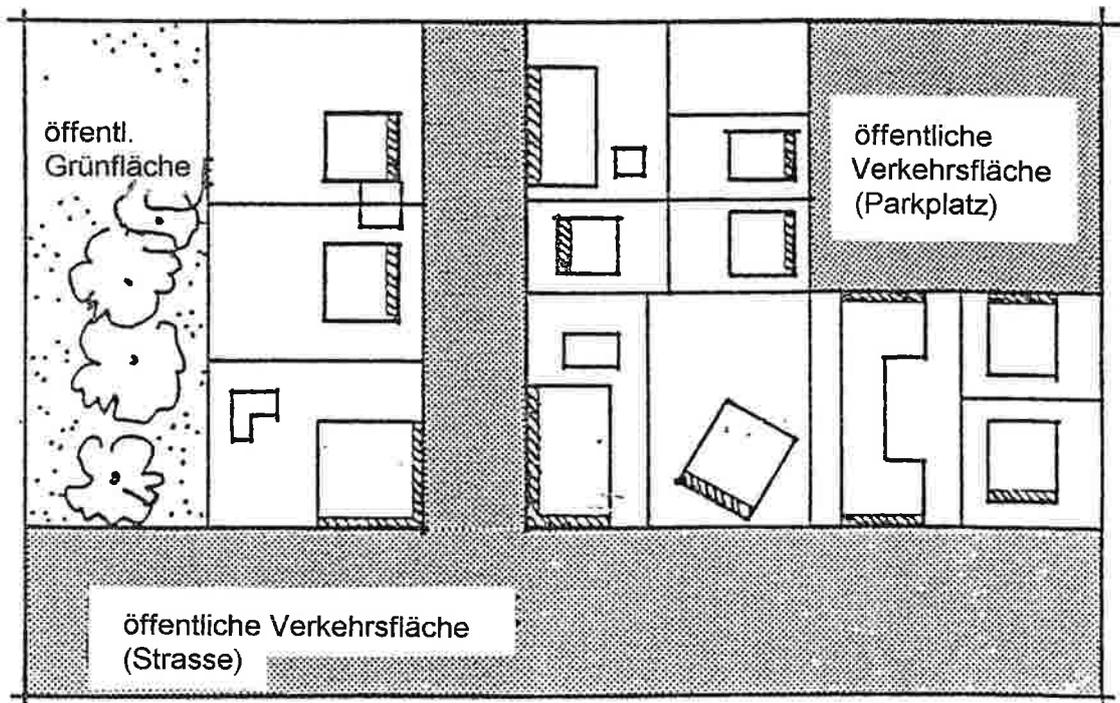
BEISPIELSAMMLUNG

Anhand der folgenden Beispielsammlung soll über die Begründung zur örtlichen Bauvorschrift zur Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten hinaus verdeutlicht werden, wie durch einfache Regelungen und Gestaltungsanleitungen dem Trend der Werbung, die Wirkung anderer Werbeanlagen zu überbieten, Einhalt geboten werden kann.

Anhand einer Fotodokumentation, welche ausschließlich Beispiele aus Köthen zeigt, soll veranschaulicht werden, welche Wirkung von im Sinne dieser Satzung positiven Werbeanlagen ausgeht (Anlage 2 zur Begründung).

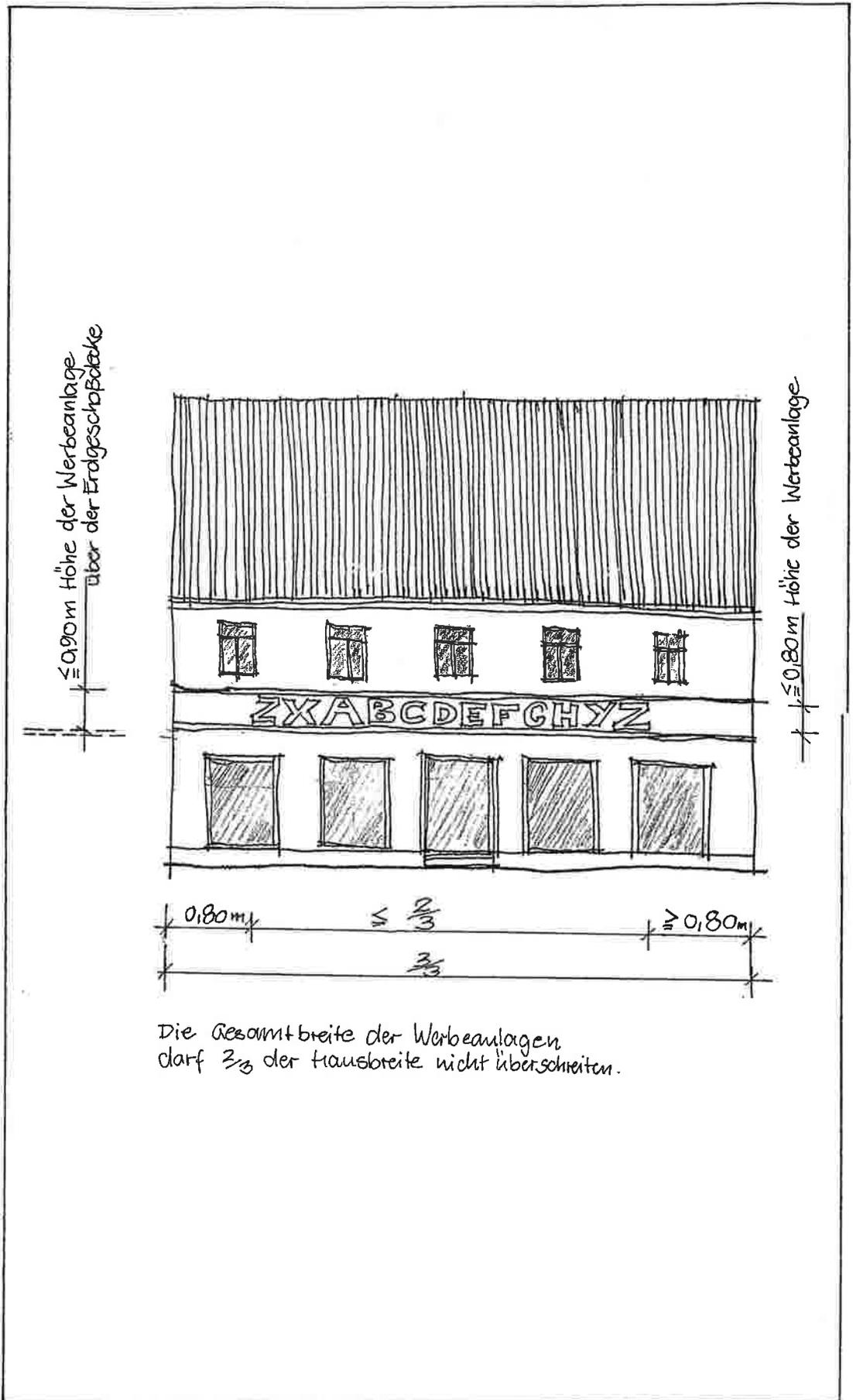
Quelle:

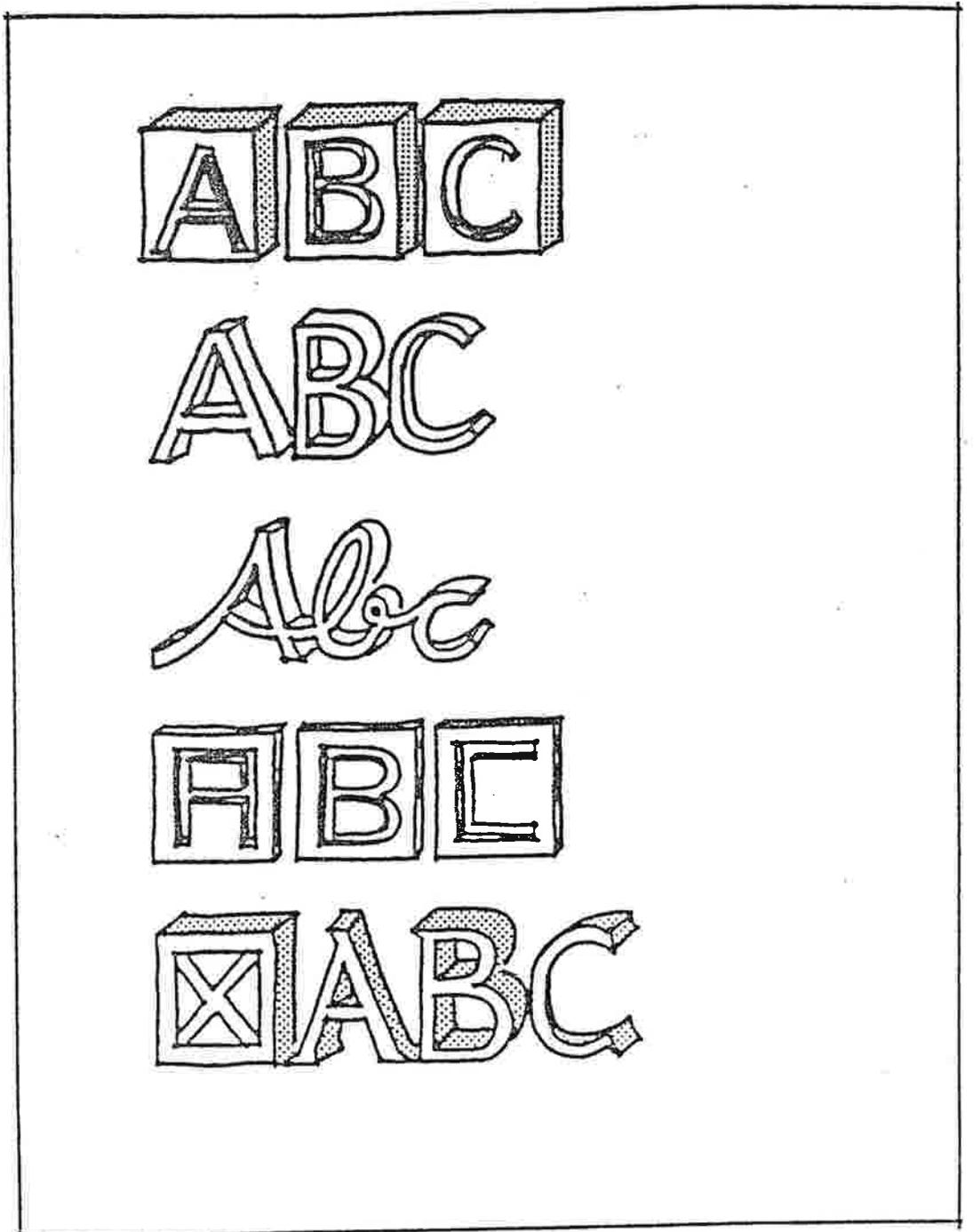
Die Örtliche Bauvorschrift wurde durch die Stadtverwaltung Köthen unter Verwendung der Örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten in der Stadt Köthen der NILEG Niedersächsische Landesgesellschaft mbH von 1992 erarbeitet. Es wurden sowohl in den Satzungstext als auch in die Begründung und Beispielsammlung Bestandteile der Bauvorschrift der NILEG übernommen.



Skizze 1

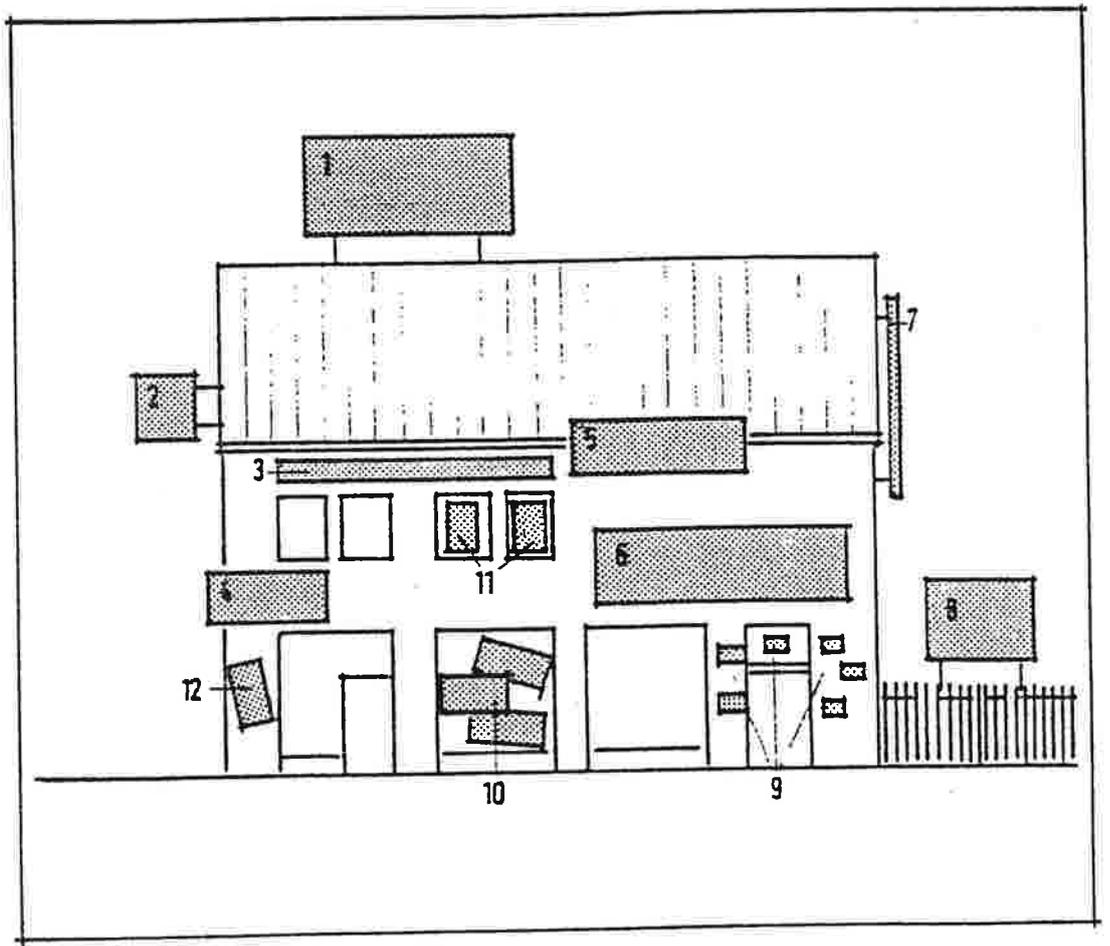
Zulässigkeit von Werbeanlagen an öffentlichen Verkehrsflächen zugewandten Seiten der Gebäude



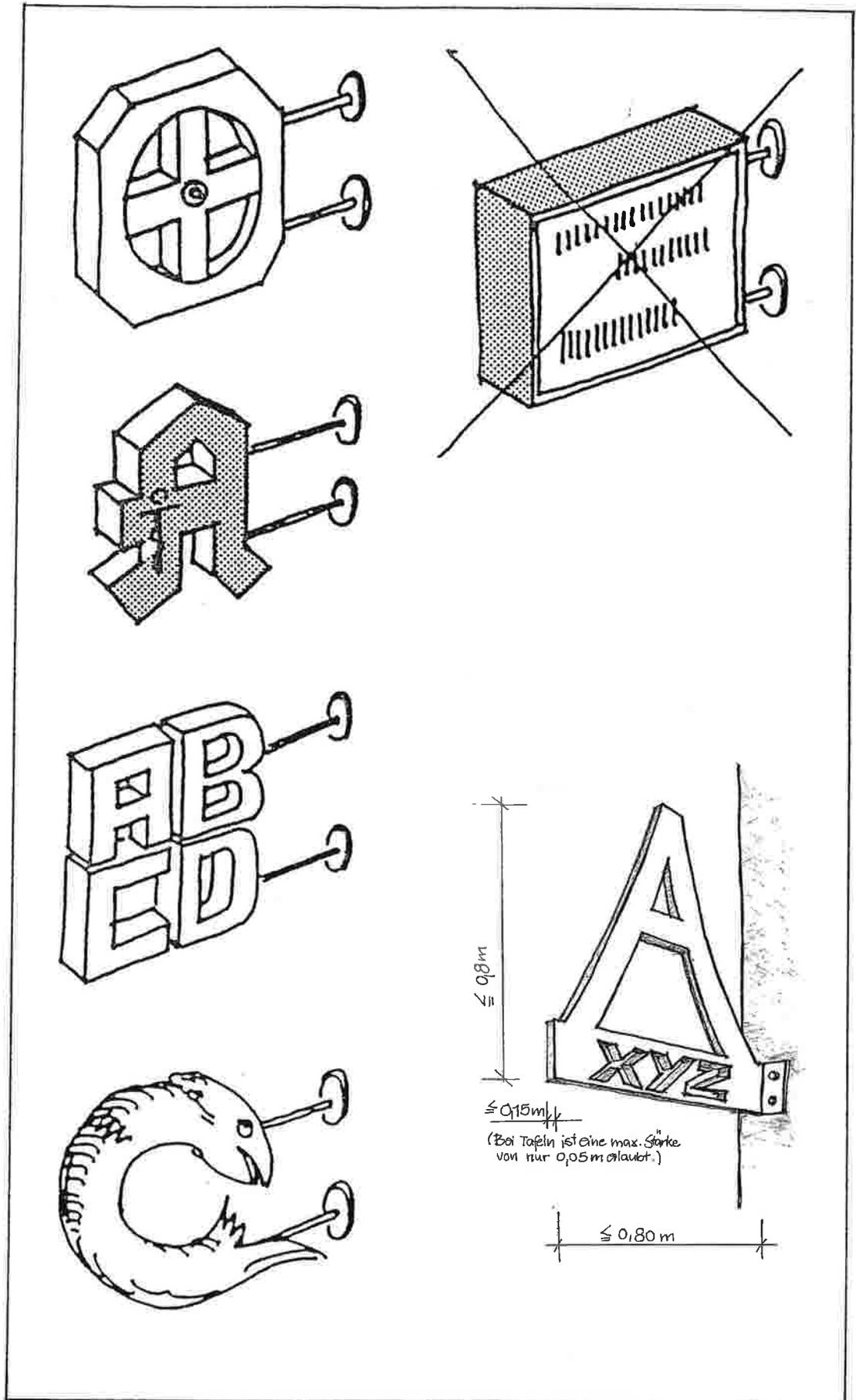


Skizze 3

Bildung von Einzelteilen und Schriftzügen

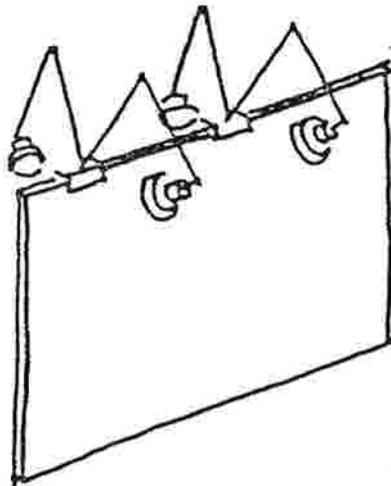
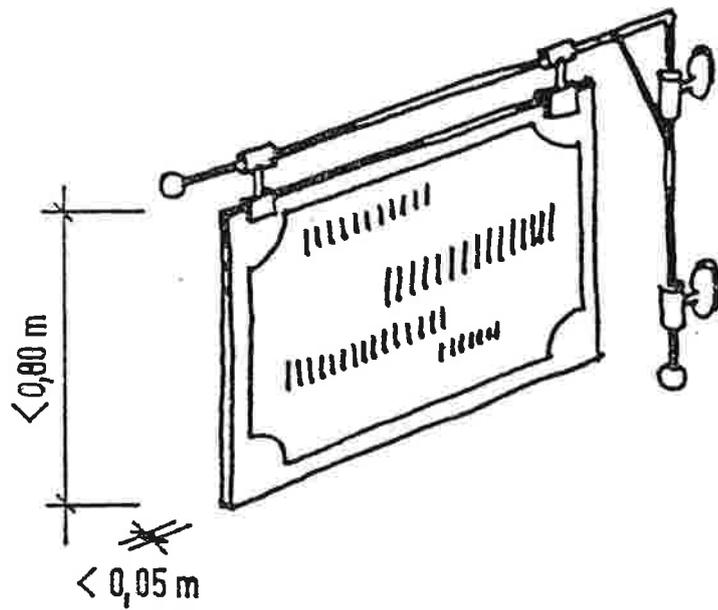


Skizze 4 Beispiele für unzulässige Anbringung von Werbeanlagen

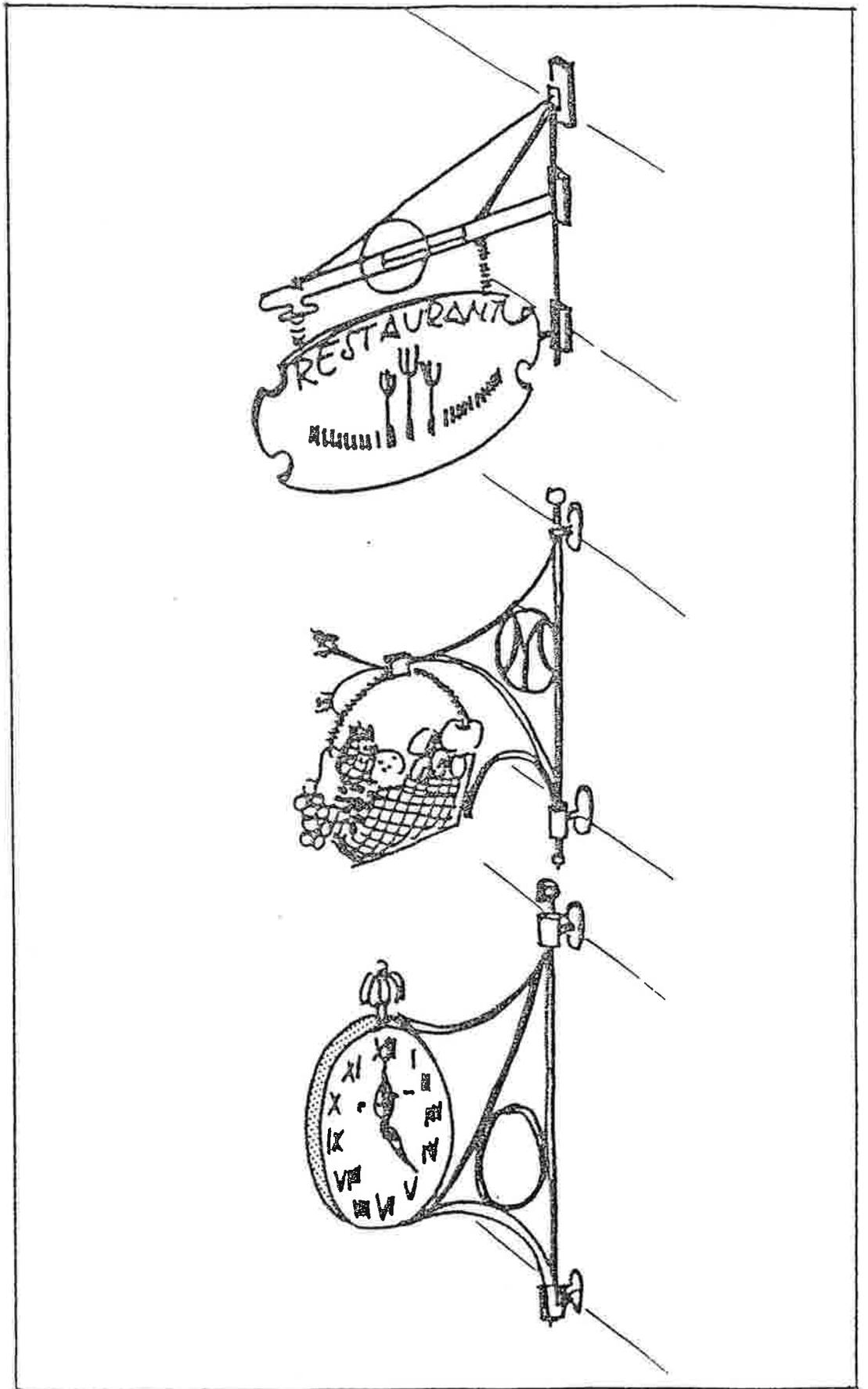


Skizze 5

Beispiele zulässiger durchbrochener Anlagen und unzulässiger Leuchtkästen

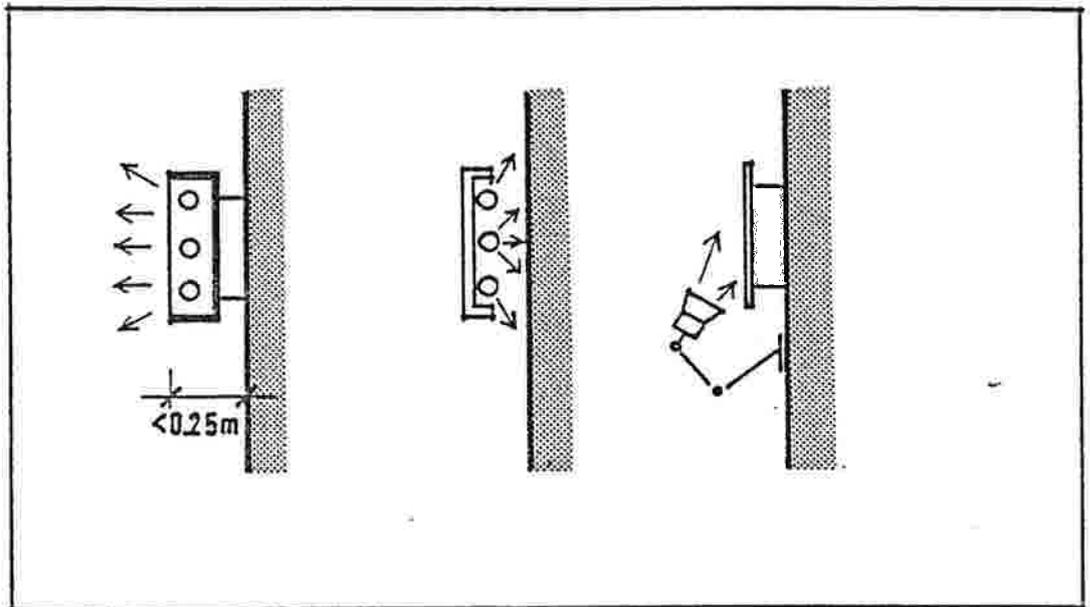


Besser als die aufgesetzten Strahler ist eine Lösung, bei der die Lichtstrahlung von Leuchten an bzw. in der Fassade ausgehen.



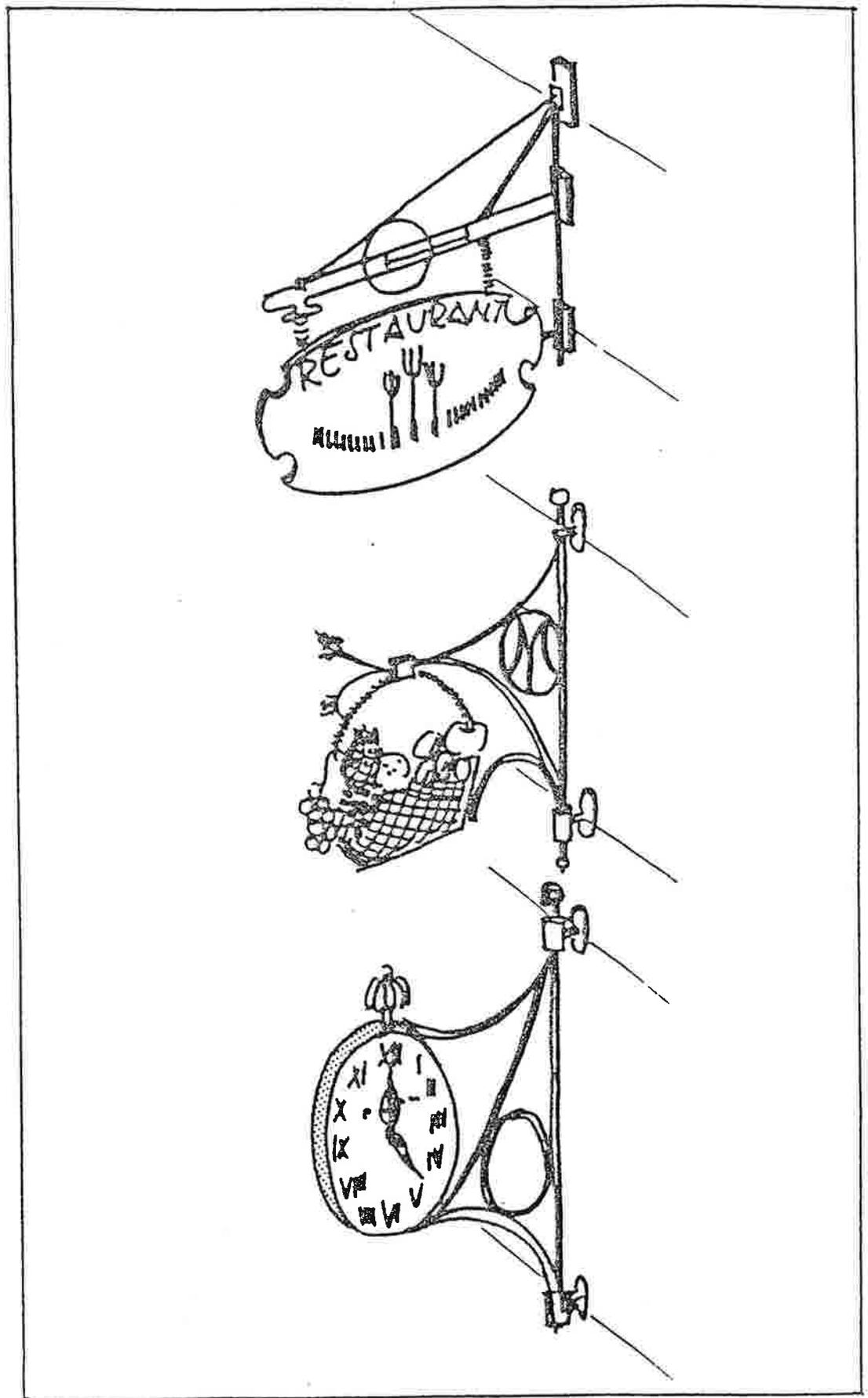
Skizze 7

Abwandlungen von traditionellen Handwerks- und
Zunftzeichen mit bildhaften Bezügen

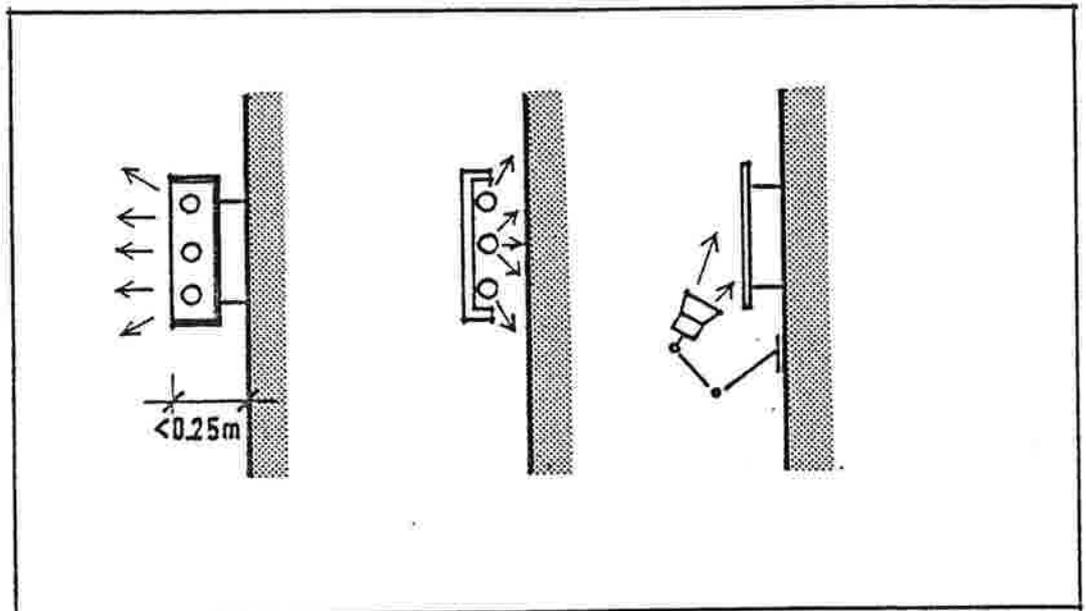


Skizze 8

Beleuchtung von Werbeanlagen (selbstleuchtend, hinterleuchtet, angestrahlt)



Skizze 9 Abwandlungen von traditionellen Handwerks- und
Zunftzeichen mit bildhaften Bezügen



Skizze 10

Beleuchtung von Werbeanlagen (selbstleuchtend, hinterleuchtet, angestrahlt)