

# **Gestaltungssatzung**

**über Werbeanlagen und private Möblierung  
im öffentlichen Straßenraum**

**- Innenstadt -**

**(Stand: 11.02.2011)**

# **Inhalt**

## **Präambel**

Rechtliche Grundlagen  
Zielsetzungen der Satzung  
Beratungs- und Genehmigungsverfahren

## **Festsetzungen**

### Allgemein

- § 1 Räumlicher Geltungsbereich
- § 2 Sachlicher Geltungsbereich
- § 3 Grundsätzliche Anforderungen

### Bereich I

- § 4 Anzahl der Werbeanlagen
- § 5 Größe der Parallelwerbeanlagen
- § 6 Werbeanlagen als Ausleger
- § 7 Werbeanlagen auf Schaufenstern
- § 8 Warenautomaten und Schaukästen
- § 9 Möblierung im Straßenraum
- § 10 Vordächer und Markisen

### Bereich II

- § 11 Anzahl der Werbeanlagen
- § 12 Größe der Werbeanlagen

### Allgemein

- § 13 Sonstige Werbeanlagen
- § 14 Sonderaktionen
- § 15 Ordnungswidrigkeiten
- § 16 Inkrafttreten

## **Begründung**

# **Präambel**

## **Rechtliche Grundlagen**

Der Rat der Stadt Aurich hat in seiner Sitzung am..... aufgrund der §§ 6 u. 40 (1) der Niedersächsischen Gemeindeordnung (NGO) i.d.F. vom 28. Oktober 2006 (Nds. GVBl. S.473), zuletzt geändert am 03.02.2010 (Nds. GVBl. S. 41) und der §§ 18 und 19 des Niedersächsischen Straßengesetzes (NStrG) i.d.F.vom 24. September 1980 (Nds. GVBl. S. 359), zuletzt geändert am 28.10.2009 (Nds. GVBl. S. 372) die folgende „Gestaltungssatzung über Werbeanlagen und private Möblierung im öffentlichen Straßenraum - Innenstadt - “ gem. § 97 i.V.m. § 56 Niedersächsische Bauordnung (NBauO) beschlossen.

Bei Anbringung von Werbeanlagen und Warenautomaten an einem Baudenkmal gem. §§ 3.2, 3.3 NDSchG besteht grundsätzlich eine Genehmigungspflicht gem. § 10 NDSchG. Für Baudenkmale und ihre Umgebung können, über die Festsetzungen der Werbesatzung hinaus, strengere Maßstäbe und weitergehende Anforderungen an die Werbeanlagen gestellt werden.

## **Zielsetzungen der Satzung**

Die Stadt Aurich verfolgt mit dieser Satzung das Ziel, die städtebaulichen und architektonischen Qualitäten der historischen Innenstadt und ihrer näheren Umgebung als kulturelles Erbe und als Standortqualität für Einzelhandel und Dienstleistung vor beeinträchtigenden Auswirkungen der privaten Werbeanlagen zu bewahren. Zur Qualitätssicherung der Altstadt erstellt sie verschiedene Rahmenpläne (wie z. B. Sanierungsrahmenplan, Beleuchtungskonzept) und erlässt Satzungen, wie Bebauungspläne und Gestaltungssatzungen und auch diese Gestaltungssatzung über Werbeanlagen und private Möblierung im öffentlichen Straßenraum. Diese sollen einen gemeinsamen Gestaltungsrahmen bilden.

Die Festsetzungen dieser Satzung streben einen Ausgleich zwischen den berechtigten Interessen der Werbenden einerseits und andererseits dem Anspruch der Allgemeinheit auf Sicherung städtebaulicher Qualitäten und verträglicher Nachbarschaften.

## **Beratungs- und Genehmigungsverfahren**

Grundsätzlich sind Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m<sup>2</sup> genehmigungsfrei. Sie unterliegen aber dennoch den Festsetzungen dieser Satzung.

Um nachträgliche Korrekturen und Ordnungswidrigkeiten zu vermeiden, soll jede Änderung einer Werbeanlage vor ihrer Realisierung mit der Bauordnung auf ihre Zulässigkeit hin abgestimmt werden. Das Abstimmungsverfahren umfasst auch eine Beratung über Möglichkeiten einer für die jeweilige Gebäudefassade günstigeren gestalterischen Lösung.

Diese Satzung ersetzt nicht die Regelungen der Sondernutzungssatzung der Stadt Aurich. Auch sonstige rechtliche Regelungen aus sonstigen Normen wie Landes- und Bundesgesetzen, oder Satzungen der Stadt Aurich müssen beachtet werden und bedürfen darüber hinaus weiterer Verwaltungsverfahren.

# Festsetzungen

## Allgemein

### § 1 Räumlicher Geltungsbereich

- (1) Die Satzung gilt für das in der Anlage dargestellte Gebiet mit den Bereichen I und II. Die Anlage ist Bestandteil der Satzung.
- (2) Der Bereich I umfasst die besonders schutzwürdige Kernstadt von Aurich. Das Gebiet ist in der Anlage dargestellt.
- (3) Alle Festsetzungen, die sich nicht speziell auf einen bestimmten Bereich beziehen, gelten für beide Bereiche.

### § 2 Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung gilt für alle Werbeanlagen im Sinne der Landesbauordnung, Warenautomaten, private Möblierung, Vordächer und Markisen die von allgemein zugänglichen Verkehrs- und Grünflächen aus sichtbar sind.
- (2) Ausgenommen hiervon sind Sammelwerbeanlagen als Hinweise auf Gewerbe oder Beruf, die auf außerhalb der Fußgängerzone liegende Betriebe oder versteckt gelegene Stätten in den Löhnen bzw. Nebenstraßen aufmerksam machen. Diese Sammelwerbeanlagen sind ausschließlich auf öffentlich gewidmeten Verkehrsflächen zulässig.
- (3) Diese Satzung regelt:
  - a) Werbeanlagen
    - Art der Werbeanlagen (Parallelwerbung, Ausleger)
    - den Ort der Werbung
    - die Größe und Anzahl von Werbeanlagen

Als jeweils einzelne Werbeanlage gelten: Schild, Tafel, Leuchtkasten, Schaukasten, Ausleger, Schriftzug und Bemalung. Bei Werbeanlagen aus einem oder mehreren regelmäßigen oder unregelmäßigen Einzelzeichen oder mit einem unregelmäßigen Umriss gilt die aus dem umschließenden Rechteck gebildete Ansichtsfäche als eine Werbeanlage.



Parallelwerbung



Ausleger

b) Private Möblierung

- die Größe von Aufstellflächen für private Möblierung im öffentlichen Raum
- Gestaltung der privaten Möblierung innerhalb der Aufstellflächen

Zur privaten Möblierung im Sinne dieser Satzung zählen:

- Warenausleger / Warenständer
- Stellschilder
- Automaten und feste Werbeanlagen sowie
- sonstige private Möbel.



Warenausleger



Warenständer



Reitgerät



Stellschild / Stopper

c) Vordächer und Markisen

- Vordächer als auskragende Platten,
- aufgesetzte Vordächer,
- ausfahrbare Markisen.



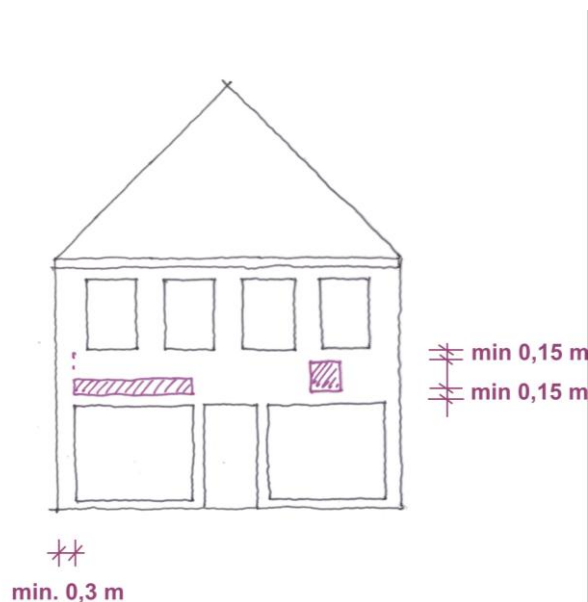
Markise



Vordach

### § 3 Grundsätzliche Anforderungen

- (1) Werbeanlagen sind nur am Ort der angebotenen Waren und Dienstleistungen zulässig.
- (2) Werbeanlagen sind nur zulässig an und vor straßenseitigen Gebäudefronten und Vordächern. Sie sind nicht zulässig an baulichen Nebenanlagen und Einfriedungen. Ausnahmsweise sind Werbeanlagen an Baugerüsten und Bauzäunen während der Bauzeit zulässig.
- (3) Parallelwerbeanlagen müssen von Gesimsen, Sohlbänken, Fensterlaibungen, plastischen oder farbigen Fenstereinfassungen (Faschen) und der Außenkante von Tür- und Fensterstürzen einen Abstand von mindestens 0,15 m einhalten. Der Abstand von Parallelwerbeanlagen zu den seitlichen Gebäudekanten muss mindestens dem Abstand der Außenkanten der Einfassungen von Tür- und Fensteröffnungen des jeweiligen Geschosses zu den seitlichen Gebäudekanten entsprechen. Dabei ist ein Mindestabstand von 0,3 m einzuhalten.

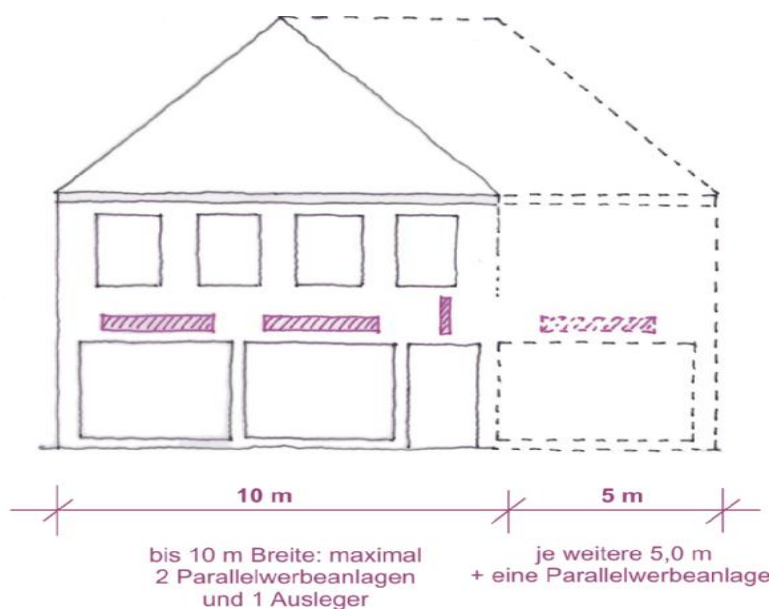
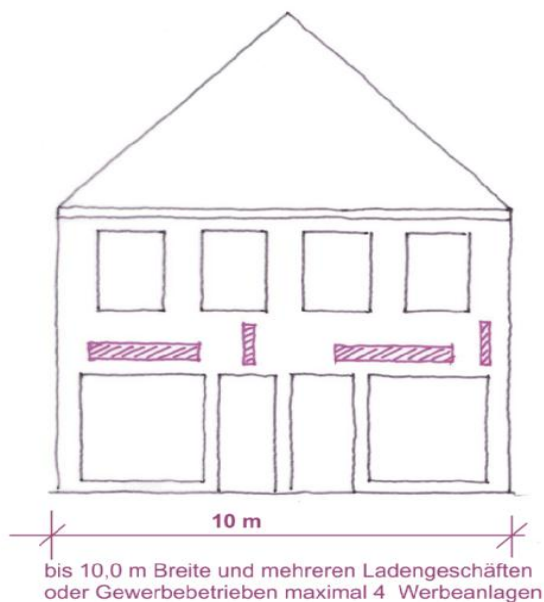


- (4) Es sind nur unbewegliche, an Gebäudefronten fest angebrachte Werbeanlagen und mobile Werbeanlagen vor den Gebäudefronten zulässig. Spannbänder und Werbefahnen, soweit sie nicht für besondere Veranstaltungen, Schlussverkäufe u.ä. vorübergehend genehmigt sind, sowie Werbeanlagen als laufende Schriftbänder sind unzulässig. Spannbänder, die für Geschäftsbereiche werben - als Quartierswerbung - ohne einzelne Gewerbebetriebe und Geschäfte zu benennen, sind hiervon ausgenommen.
- (5) Wechselndes oder bewegtes Licht ist unzulässig.
- (6) Für Werbeanlagen sind Neonfarben und folgende Leuchtfarben entsprechend nach RAL-Farbregister ausgeschlossen: 1026, 2005, 2007, 3024 und 3026.

## Bereich I

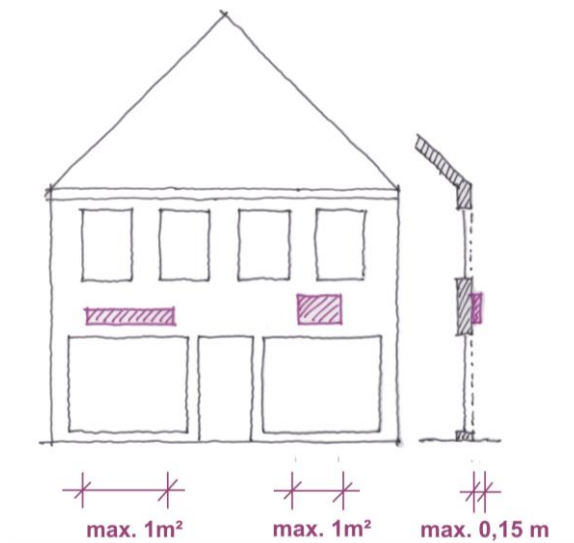
### § 4 Anzahl der Werbeanlagen

- (1) Je Ladengeschäft oder Gewerbebetrieb sind je Gebäudefront bis zu 10,0 m Breite maximal zwei Parallelwerbeanlagen und ein Ausleger zulässig; bei mehr als einem Ladengeschäft oder Gewerbebetrieb jedoch insgesamt maximal vier Werbeanlagen.
- (2) Bei Fassadenbreiten von mehr als 10,0 m ist je weitere 5,0 m Gebäudelänge eine zusätzliche Werbeanlage zulässig.



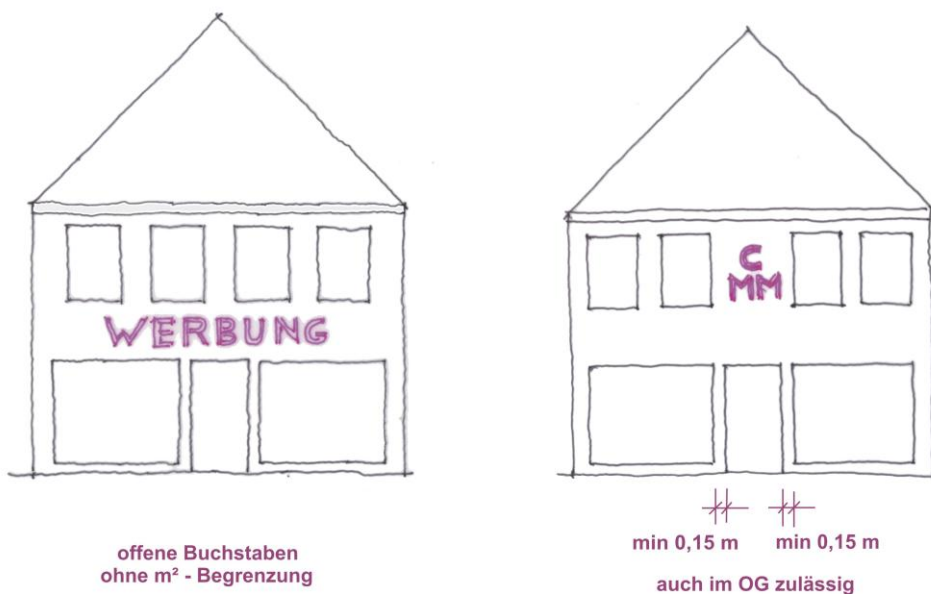
## § 5 Größe der Parallelwerbeanlagen

- (1) Parallelwerbeanlagen sind bis zu einer Ansichtsfläche von  $1,0 \text{ m}^2$  zulässig.



- (2) Parallelwerbeanlagen dürfen nur unterhalb der Unterkante von Fenstern des ersten Obergeschosses angebracht werden. Ausnahmsweise zulässig in den Obergeschossen sind:

- Schriftzüge aus offenen Buchstaben,
- Einzelne Symbole (z.B. Logo) ohne eigener Trägerschicht.

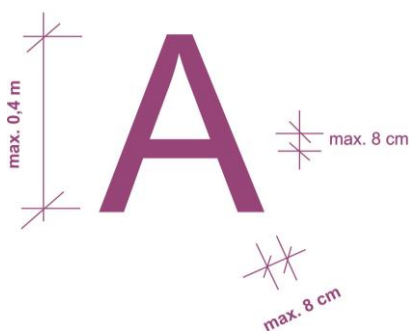
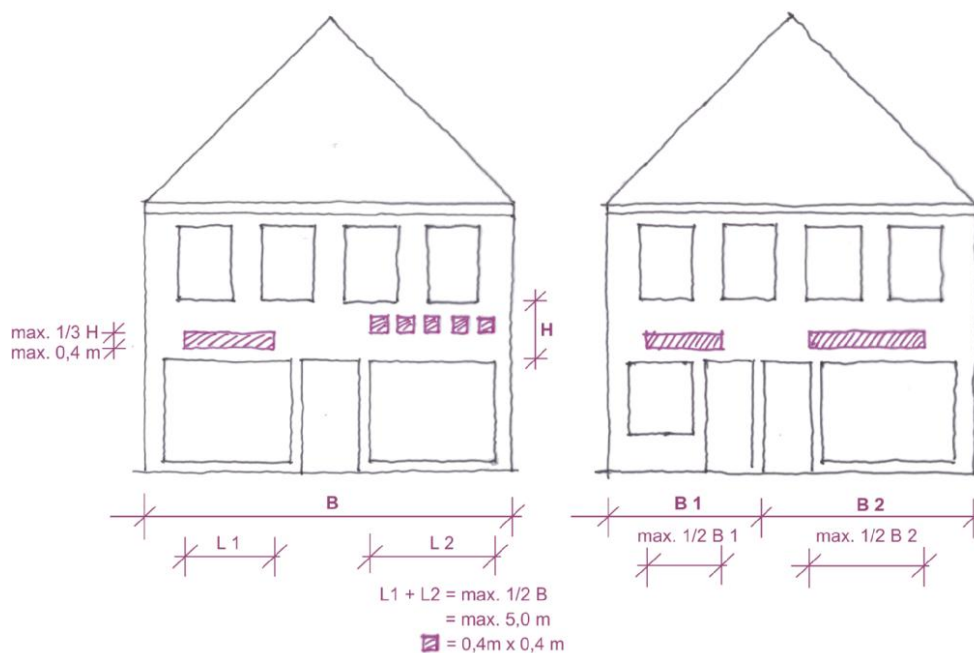


- (3) Die Vorderkante einer Parallelwerbeanlage darf maximal  $0,15 \text{ m}$  vor der Fassadenebene liegen. Ausgenommen hiervon sind Parallelwerbeanlagen auf Vordächern.



(4) Für Parallelwerbeanlagen gilt:

- die maximale Höhe der Werbeanlagen beträgt  $\frac{1}{3} H$  und 0,4 m,
- die Einzelbuchstaben bzw. Einzelzeichen dürfen nicht größer als 0,4 x 0,4 m sein,
- Schriften aus offenen Buchstaben sind von der Beschränkung gem. Abs. (1) und §5 (2) ausgenommen. Die Stärke von Schriftzeichen darf maximal 0,08 m betragen. Bei besonders künstlerisch gestalteten Schriftzeichen (wie z.B. Serifen) können Abweichungen zugelassen werden.
- die Breite der Werbeanlagen insgesamt darf die halbe Breite der Gebäudefront ( $\frac{1}{2} B$ ) und 5,0 m nicht überschreiten,
- Bei mehreren Geschäfts- und Gewerbebetrieben bezieht sich die zulässige Breite der Werbeanlagen auf die anteilige Fassadenbreite des jeweiligen Betriebes.

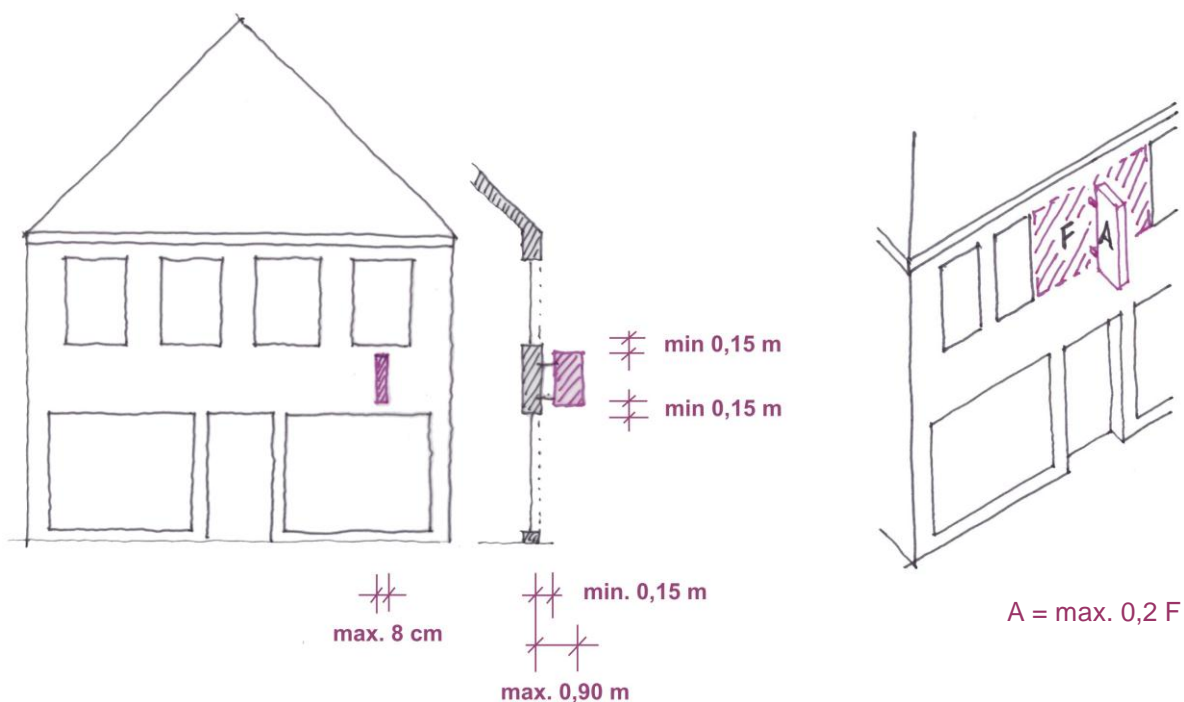


Stärke der offenen Buchstabenschrift

(5) Kastenförmige Parallelwerbeanlagen sind mit Ansichtsflächen von höchstens 0,5 m<sup>2</sup> zulässig, in Form von mehrteiligen Werbeanlagen sind sie unzulässig.

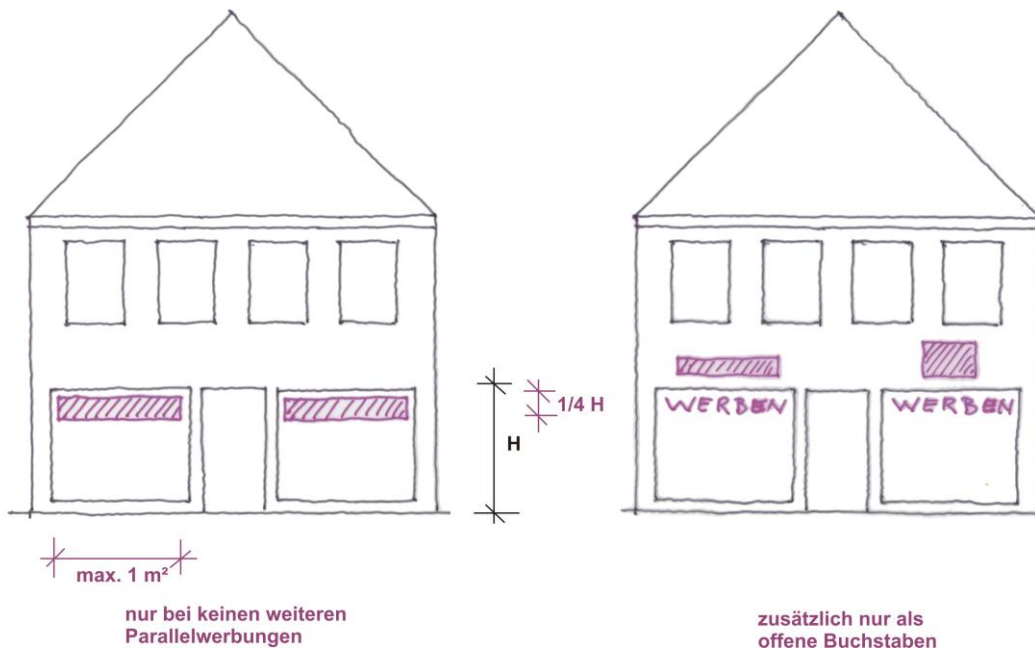
## § 6 Werbeanlagen als Ausleger

- (1) Werbeanlagen als Ausleger sind nur mit einer Gesamtausladung (einschließlich Befestigung) von max. 0,9 m und einer seitlichen Ansichtsfläche von höchstens 1,0 m<sup>2</sup> und einer Stärke von maximal 0,08 m zulässig. Kastenförmige selbstleuchtende Werbeanlagen sind als Ausleger unzulässig.
- (2) Werbeanlagen als Ausleger müssen von der Fassadenfront, von Fensterlaibungen bzw. Fensterumrandungen und von der seitlichen Gebäudekante einen Abstand von mindestens 0,15 m aufweisen.
- (3) Werbeanlagen als Ausleger sind bis zur Unterkante der Fensterstürze des ersten Obergeschosses zulässig, wenn ihre seitliche Ansichtsfläche nicht mehr als 20 % der Fläche, auf der sie befestigt ist, beträgt. Als Bezugsfläche gilt die Fassadenfläche zwischen den Fenstern des Obergeschosses bzw. zwischen Fenster und Gebäudekante.
- (4) Bei besonders künstlerisch gestalteten Auslegern können Abweichungen zugelassen werden.



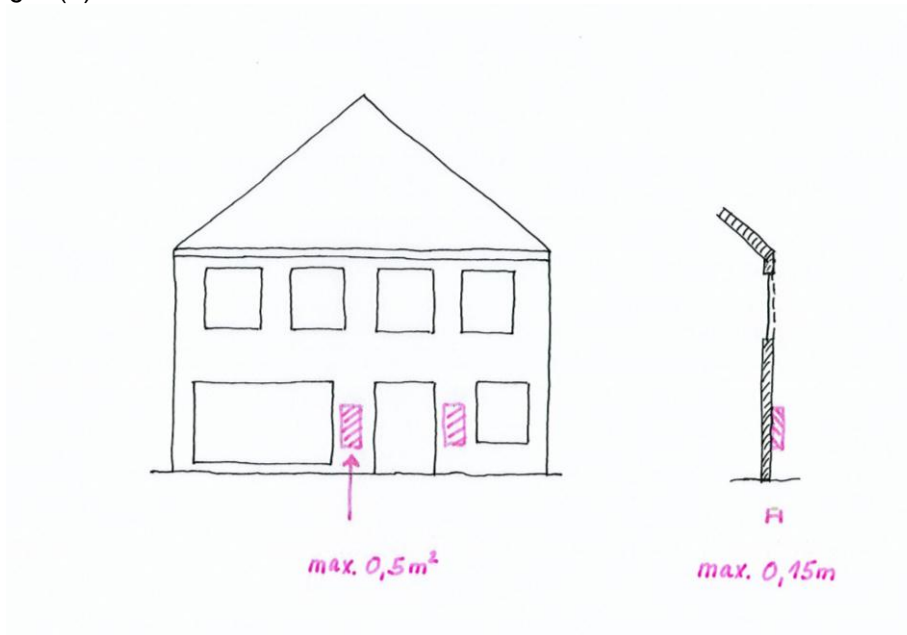
## § 7 Werbeanlagen auf Schaufenstern

- (1) Flächige Werbeanlagen auf oder vor einem Schaufenster sind nur anstelle von Parallelwerbeanlagen auf der Fassadenebene zulässig. Ausnahmeweise können Schriften aus offenen Buchstaben zusätzlich auf Schaufenstern zugelassen werden.
- (2) Werbeanlagen auf oder vor Schaufenstern:
  - dürfen je Schaufenster eine Ansichtsfläche von maximal 1,0 m<sup>2</sup> aufweisen,
  - dürfen maximal  $\frac{1}{4}$  der Ansichtsfläche von einem Schaufenster im oberen Bereich überdecken,
  - müssen von den Fensterrahmen einen Abstand von mindestens 0,05 m halten
  - dürfen mit ihrer Vorderkante nicht mehr als 0,15 m vor der Schaufensterebene liegen.
- (3) Die vorstehenden Regelungen sind auf Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern nicht anzuwenden.



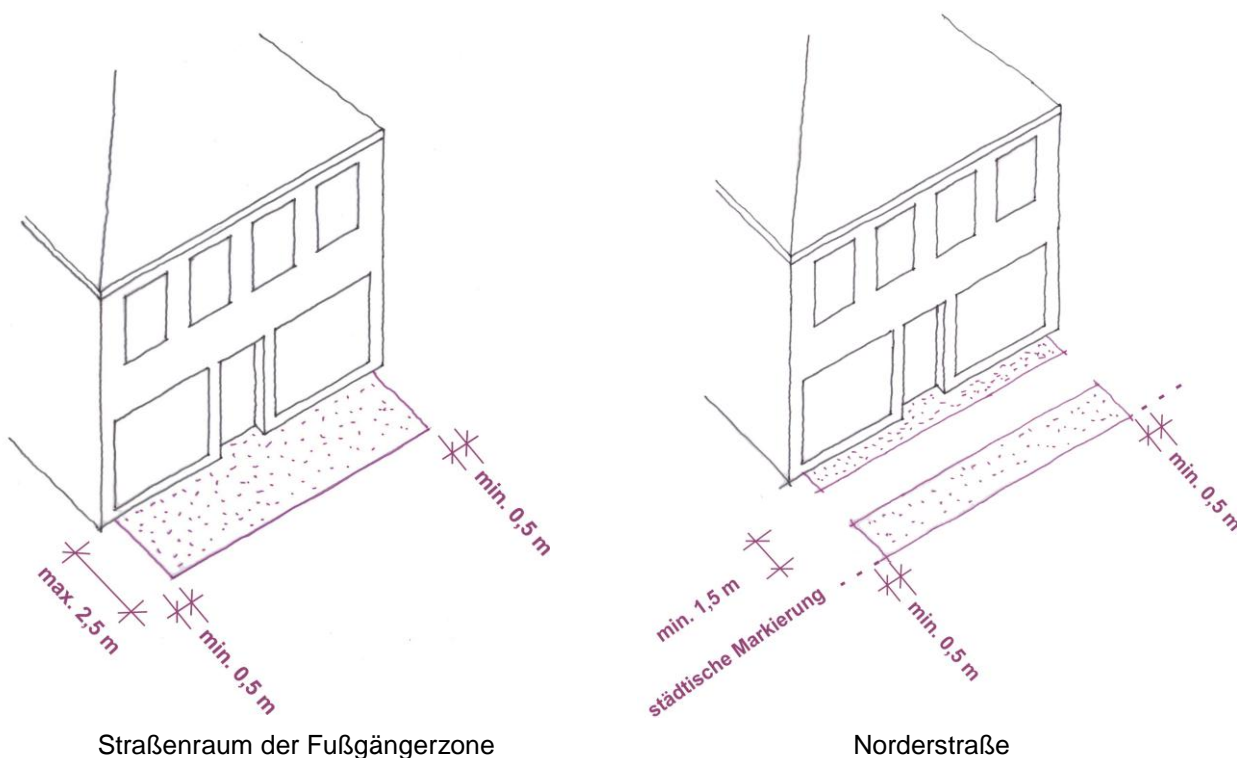
## § 8 Warenautomaten und Schaukästen

- (1) Warenautomaten dürfen nur in zurückliegenden Hauseingängen, Arkaden oder Passagen angebracht werden.
- (2) Freistehende Warenautomaten sind unzulässig.
- (3) Die Ansichtsfläche von Schaukästen darf nicht größer als  $0,5 \text{ m}^2$ , ihre Ausladung  $0,15 \text{ m}$  nicht überschreiten.
- (4) Zulässig sind maximal drei Warenautomaten und/oder Schaukästen je Gebäudeseite.
- (5) Für die Abstände von Schaukästen zu Gebäudeteilen gelten die Regelungen gemäß § 2 (3).



## § 9 Möblierung im Straßenraum

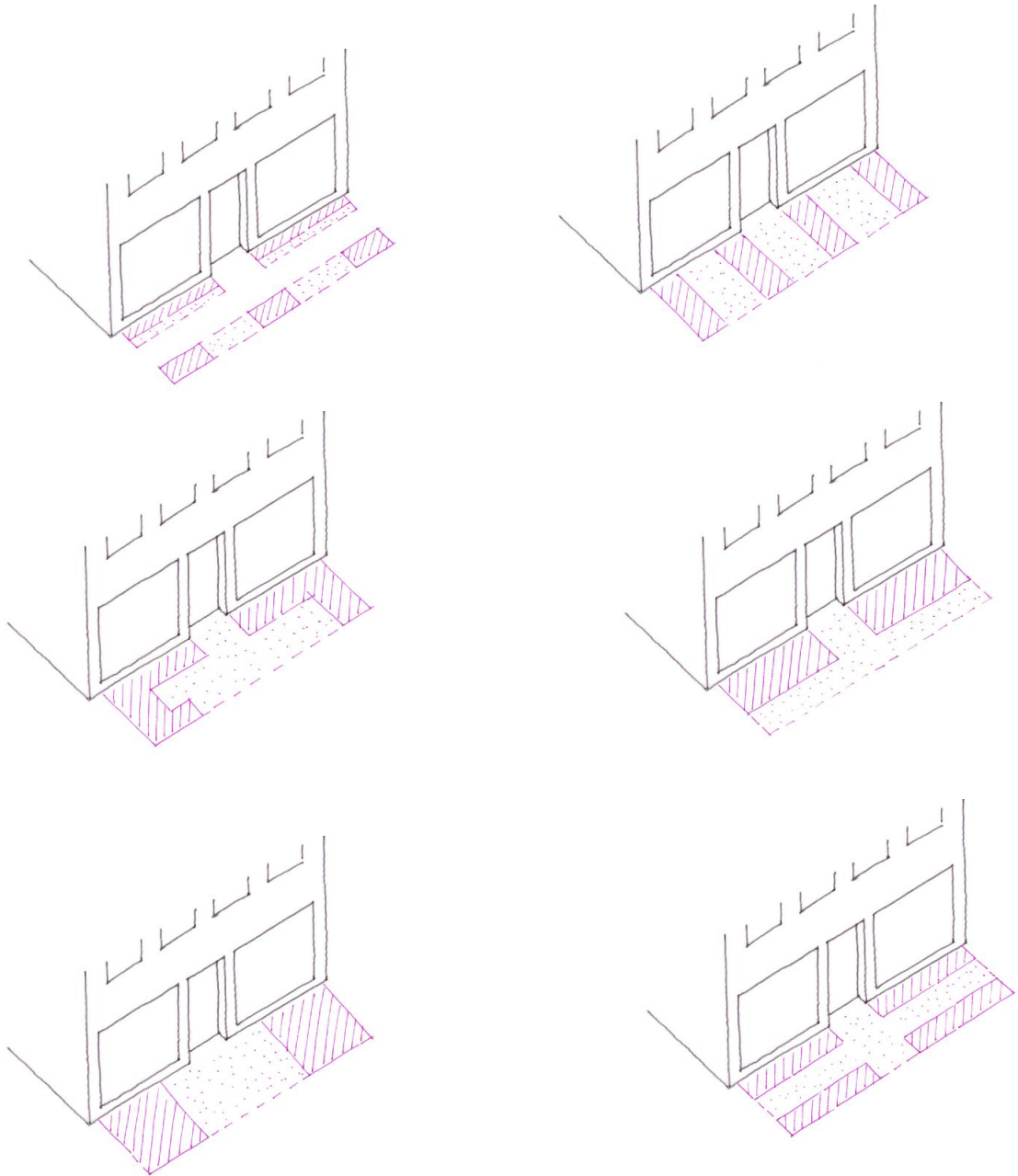
- (1) Unbeschadet der Sondernutzungsgenehmigung sind im öffentlichen Straßenraum der Fußgängerzone private Möblierungen – Warenstände, Warenausleger, Schirme, Stellschilder und Spielgeräte – nur in einem Abstand bis 2,5 m vor der Gebäudefront zulässig, sofern Belange des Verkehrs, der Sicherheit oder einer öffentlichen Nutzung dem nicht entgegenstehen.
- (2) Für die Norderstraße gilt ein Abstand von der Gebäudefront bis maximal zu der städtischen Markierung; innerhalb dieser Grundfläche muss parallel zur Gebäudefront eine Durchgangsbreite von mindestens 1,5 m freigehalten werden.
- (3) In Löhnen und Durchgängen, die für den öffentlichen Verkehr (Fußgänger- und Radfahrerverkehr) genutzt werden, muss eine Durchgangsbreite von mindestens 2,5 m freigehalten werden.
- (4) Möblierungen im öffentlichen Straßenraum der Fußgängerzone müssen von der seitlichen Gebäudekante den gleichen Abstand halten wie die Schaufenster und Zugänge des jeweiligen Ladengeschäftes oder Gewerbebetriebes, mindestens jedoch 0,5 m.
- (5) Die sich aus (1) bis (4) ergebende Grundfläche darf zu maximal 50 % als Aufstellfläche für die private Möblierung genutzt werden.
- (6) Auf der Grundfläche ist maximal ein Stellschild zulässig.



- (7) Die Durchgangshöhe unter Schirmen muss mindestens 2,20 m betragen, die Grundrissfläche der Schirme darf die Grenzen der Aufstellfläche gem. (1) bis (4) nicht überschreiten.

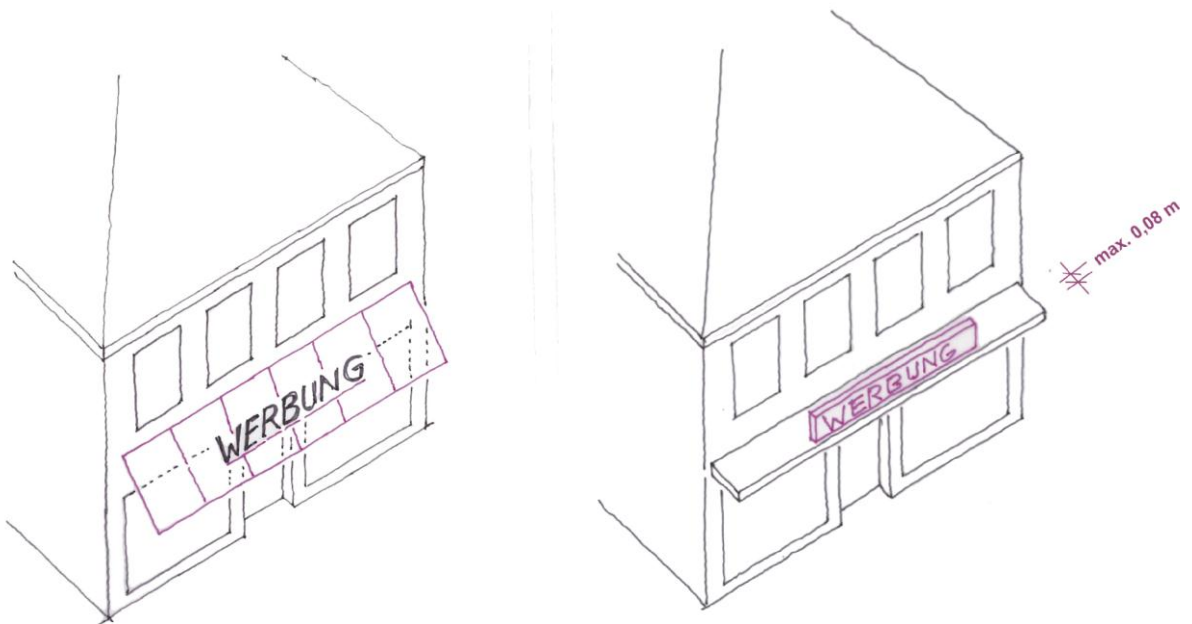
Die Festsetzungen des § 9 gelten nicht für die Möblierungen der Außengastronomie.

Beispiele für Ausnutzung der Aufstellfläche:



## § 10 Vordächer und Markisen

- (1) Vordächer an Gebäudefronten sind nur zulässig:
  - als einheitlich gestaltete Anlage an einer Fassade,
  - Glasdächer mit transparenter Tragkonstruktion und einer durchsichtigen Deckung,
  - mit einer Ausladung von maximal 1,25 m und einer vorderen Abschlusskante von maximal 0,05 m Höhe
  - mit einem Abstand zu den seitlichen Gebäudekanten, der 0,10 m der Abstände der Fassadenöffnungen des Erdgeschosses nicht überschreitet. Ausgenommen sind Vordächer als auskragende Platte der Gebäudekonstruktion.
- (2) Markisen sind nur zulässig als Fallarm- oder Gelenkarmmarkisen. Ihre Anbringung ist zulässig:
  - innerhalb der Fensterlaibungen
  - oder über den Fenster- und Türstürzen mit einem seitlichen Überstand über der Fenster- bzw. Türleibung und Fenster- bzw. Türeinfassung von maximal 0,10 m.
- (3) Markisen und Vordächer dürfen keine Seitenteile aufweisen.
- (4) Markisen und Vordächer übereinander sind nicht zulässig. Ausnahmsweise können Markisen an auskragenden Gebäudeplatten zugelassen werden.
- (5) Werbeanlagen auf Vordächern sind zulässig:
  - als Beschriftungen der Front einer Markise,
  - als offene Buchstaben auf Vordächern aus Glas,
  - als Parallelwerbung auf der Vorderkante von auskragenden Platten.
  - in einer Stärke von maximal 0,08 m



## **Bereich II**

### **§ 11 Anzahl der Werbeanlagen**

- (1) Je Ladengeschäft oder Gewerbebetrieb und Gebäudefront bis 10,0 m Breite sind maximal zwei Parallelwerbeanlagen und ein Ausleger zulässig.
- (2) Bei Fassadenbreiten von mehr als 10,0 m ist je weitere 5,0 m Gebäudelänge eine zusätzliche Werbeanlage zulässig.

### **§ 12 Größe der Werbeanlagen**

- (1) Zulässig sind Parallelwerbeanlagen:
  - mit einer Breite von der halben Fassadenfront und bis zu einer Gesamtansichtsfläche von 10,0 m<sup>2</sup> je Gebäude,
  - als Einzelbuchstaben bzw. Einzelzeichen bis zu einer Ansichtsfläche je von 1,0 m<sup>2</sup>.
- (2) Kastenförmige Werbeanlagen:
  - sind mit Ansichtsfläche von jeweils höchstens 1,0 m<sup>2</sup> zulässig,
  - sind in Form von mehrteiligen Werbeanlagen unzulässig.
- (3) Werbeanlagen als Ausleger sind mit einer Ansichtsfläche bis zu 2,0 m<sup>2</sup> zulässig.



## Allgemein

### § 13 Sonstige Werbeanlagen

- (2) Ausnahmsweise - und im Einzelfall zu prüfen – könne sonstige Arten von privaten Werbeanlagen an Gebäuden zugelassen werden, wie z.B.:
- Fahnen
  - Transparente
  - Wimpel
  - Banner
  - Windspiele
  - Werbeobjekte
- (3) Die Voraussetzung für die ausnahmsweise Zulässigkeit ist gegeben, wenn:
- die Werbeanlagen den Zielen der Satzung nicht zuwider laufen,
  - die Werbung inhaltlich / thematisch dem Geschäftsbetrieb zuzuordnen ist,
  - die Art der Schrift, Zeichen und Symbole der Werbeanlagen denen der Werbeanlagen des zugehörigen Geschäftsbetriebes entsprechen
  - die maximale Anzahl auf eine ausnahmsweise zulässige Werbeanlage pro Fassade beschränkt bleibt und
  - die Werbeanlage jederzeit entfernt werden können.

### § 14 Sonderaktionen

- (1) Ausnahmsweise - und im Einzelfall zu prüfen – kann temporäre Werbung an Gebäuden im Rahmen von Sonderaktionen zugelassen werden.
- (2) Temporäre Werbung ist zeitlich auf jeweils vier Wochen bis zu vier Mal pro Jahr beschränkt. Für die ausnahmsweise Zulässigkeit von temporärer Werbung gilt weiterhin, dass:
- die Werbeanlagen den Zielen dieser Satzung nicht zuwider laufen,
  - die Architektur der Gebäude und der Charakter des Straßenbildes dies zulassen und
  - die Werbeanlagen jederzeit wieder entfernt werden können.

### § 15 Ordnungswidrigkeiten

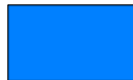
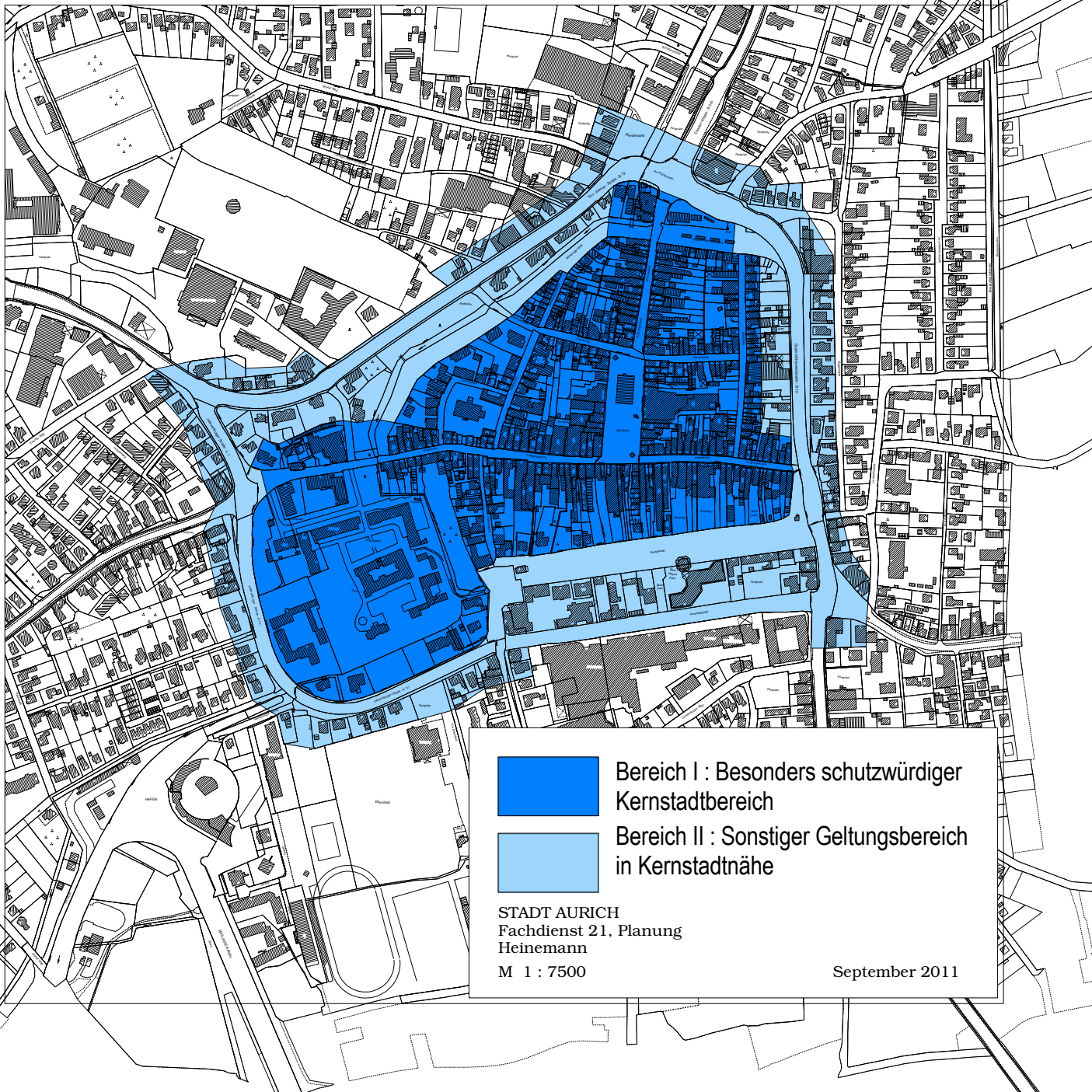
Ordnungswidrig nach § 91(5) NBauO handelt, wer vorsätzlich oder grob fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt.

Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 91 NBauO und § 61 NStrG mit einer Geldbuße geahndet werden.

### § 16 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage ihrer öffentlichen Bekanntmachung im Amtsblatt des Kreises Aurich in Kraft.

Stadt Aurich  
Der Bürgermeister



Bereich I : Besonders schutzwürdiger  
Kernstadtbereich



Bereich II : Sonstiger Geltungsbereich  
in Kernstadtnähe

STADT AURICH  
Fachdienst 21, Planung  
Heinemann

M 1 : 7500

September 2011