Entwurf

der

Begründung
zur Neufassung der Satzung der Stadt Jever zur Regelung der Außenwerbung in der Innenstadt

gemäß § 84 der Niedersächsischen Bauordnung in Verbindung
mit den §§ 10 und 58 des Niedersächsischen Kommunalverfassungsgesetzes

1. Anlass, Zweck und Ziel der Satzung

Die Stadt Jever hat ursprünglich eine Satzung über Werbeanlagen mit dem Ziel aufgestellt, das Erscheinungsbild der historisch geprägten Struktur des Stadtkerns zu bewahren und dabei die Innenstadt attraktiver zu gestalten. Gerade die Werbung an Gebäuden verändert oft die vorhandene Architektur der Gebäude nachteilig.

Durch die Satzung soll ein Gleichgewicht erreicht werden, zwischen der Forderung nach Werbefläche und den ästhetischen Ansprüchen der Bürger und Besucher, sich in einem Raum historischer Architektur aufzuhalten.

Der Wettstreit der Geschäftstreibenden, immer größere und immer auffälligere Werbeanlagen anzubringen, soll auch im Interesse der Geschäftsinhaber auf einen bestimm-

ten und ausreichenden Bereich am Gebäude beschränkt werden.

Das äußere Erscheinungsbild der Stadt, die ansprechende Architektur, ist die größte Werbung für die Stadt und für ihre ansässigen Betriebe. Die geplante Satzung soll nicht nur dem Schutz vor Verunstaltung dienen, sondern darüber hinaus ästhetische Maßstäbe setzen. Werbeanlagen an Gebäuden müssen sorgfältig und behutsam geplant und ausgeführt werden, so dass in optischer Sicht schützenswerte Bausubstanz sowie das Straßenbild erhalten bleiben.

Durch eine gestalterische Beschränkung kann nicht der vorhandene Bestandsschutz aufgehoben werden. Ziel ist, durch die Aufstellung der Werbesatzung und durch die gegebene Fluktuation von Werbeanlagen, dass sich nach und nach Werbeanlagen durchsetzen, die sich der jeweiligen architektonischen Gliederung des Gebäudes anpassen.

Die Stadt Jever hatte bereits im Jahr 1996 die Satzung der Stadt Jever zur Regelung der Außenwerbung als örtliche Bauvorschrift beschlossen. Bei der Umsetzung dieser Satzung ergaben sich erhebliche Schwierigkeiten hinsichtlich der zulässigen Werbeanlagen, die pro Geschäftseinheit auf 1 Werbeanlage begrenzt war.

Damit wurde man den Anforderungen der verschiedenen Betriebsarten jedoch nicht gerecht, da in der Regel 2 Werbeanlagen beantragt und, da sie sich ins Ortsbild einfügten, auch genehmigt wurden. Dabei wurde die Ausnahmebewilligung für die 2. Werbeanlage zur Regel, so dass eine Neufassung erforderlich wurde.

Diese Neufassung wurde in einem Gesprächskreis gemeinsam mit Vertretern der Straßengemeinschaften, des Stadtmarketings und der Arbeitskreise des Vereins "Jever Aktiv" erarbeitet und diskutiert, um bereits im Vorfeld eine möglichst große Akzeptanz der betroffenen Personenkreise zu erreichen. Hier wurde auch den besonderen Bedürfnissen der Gastronomie Rechnung getragen.

2. § 1 Geltungsbereich

Der Geltungsbereich dieser Neufassung wurde gegenüber der gültigen Fassung verkleinert.

Die Blaue Straße ist aus dem bisherigen Geltungsbereich herausgenommen werden, da sich hier keine denkmalgeschützten Häuser befinden und kein Bezug zum Stadtkern besteht. Auch das Betriebsgelände der Brauerei ist aus dem Geltungsbereich herausgenommen worden, da es sich dabei um ein Industriegebiet handelt, in dem Werbeanlagen per Gesetz genehmigungsfrei sind.

3. § 2 Sachlicher Anwendungsbereich

Im Rahmen des sachlichen Anwendungsbereiches wird auf die Verwendung des Begriffs der Werbeanlagen nach § 50 NBauO verwiesen, aber auch die Schilder bzw. Beschilderungen benannt, die nicht als Werbeanlagen im Sinne der Satzungsneufassung gelten. Hier handelt es sich um Schilder, die in der Regel aufgrund ihrer Größe bzw. Dauer keine Auswirkungen auf das äußere Erscheinungsbild eines Hauses haben.

Zur Abgrenzung zu den Vorschriften, die die Sondernutzung an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen und die Anbringung von Werbeanlagen an Baudenkmalen regeln, wurden entsprechende Regelungen in die Neufassung aufgenommen.

In der Stadt Jever befinden sich viele Häuser, die unter Denkmalschutz stehen. Die geplante Neufassung hebt das Niedersächsische Denkmalschutzgesetz (NDSchG) nicht auf, dass heißt, über das NDSchG können durchaus strengere Maßstäbe und weitergehende Anforderungen an die Werbeanlagen gestellt werden. Alle Werbeanlagen an Baudenkmalen und ihrer Nachbarschaft bedürfen der Genehmigung nach dem NDSchG .

4. § 3 Grundsätzliche Anforderungen und Ausschlüsse für Werbenanlagen Gestaltung

Bei der Gestaltung von Werbeanlagen steht die Architektur des einzelnen Gebäudes im Vordergrund, d. h. Werbeanlagen sind in ihren Größenverhältnissen und in ihrer Gestaltung den Gebäudeproportionen unterzuordnen.

Es wurde eindeutig geregelt, dass Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung zulässig sind, so dass damit ausgeschlossen wird, dass Fremdwerbung an einem Gebäude zu einem Übermaß an Werbung führen kann. Ausnahmen wurden lediglich in Form von Hinweisschildern für Betriebe in 2. Reihe oder Hoflagen zugelassen, wobei aber das Maß der zulässigen Schilder klein (0,65 m x 0,60 m) gehalten wird. Als Betriebe in 2. Reihe bzw. Hoflage wurden solche in den Straßen Kattrepel, Grüner Garten und Klönhoff festgelegt. Diese Festlegung erfolgte im Einvernehmen mit den Sprechern der einzelnen Straßengemeinschaften, dem Verein "Jever aktiv e.V." und der Jever Marketing und Tourismus GmbH und sorgt künftig für eine Klarstellung.

Die Architektur dient vielen Belangen. Nur eine ihrer Aufgaben ist es, als Träger für Werbung zu dienen. Deshalb hat sich grundsätzlich die Werbung dem Bauwerk unterzuordnen. Hierzu gehört, dass architektonische Gliederungen und besondere Bauteile nicht verdeckt oder überschnitten werden. In der Kernstadt von Jever befinden sich viele Gebäude, die besondere Bauteile und besondere Gliederungselemente aufweisen.

Hierzu zählen u.a. die ausgebildeten Gesimse, Lisenen und Pilaster, Fassadenornamentik und die großformatigen Fenster in den Obergeschossen, die, der alten Bausubstanz entsprechend, das äußere Erscheinungsbild der Bauwerke entscheidend mitbestimmen und für den Betrachter uneingeschränkt sichtbar bleiben sollen.

Wechselndes oder bewegtes Licht ist unzulässig. Durch diese Festsetzungen soll verhindert werden, dass durch den Einsatz von Licht ein Gebäude bzw. ein Straßenraum stark beeinträchtigt wird und eine optische Überreizung stattfinden kann. Eine für den Betrachter angenehme Art der Beleuchtung sind leuchtende Einzelbuchstaben, die bei Dunkelheit reliefartig vor der Fassade in Erscheinung treten. Diese wirken gestalterisch harmonisch und im Einklang zur Fassade.

Farbfestlegungen sollen bewusst nicht vorgenommen werden, um das Farbenspektrum ausnutzen zu können. Lediglich die sogenannten Neonfarben und Leuchtfarben sollen ausgeschlossen werden, da sie aufgrund ihrer grellen Wirkung in der Fassadenansicht, die in der Regel aus herkömmlichen Baumaterialien besteht, eine ungerechtfertigte Aufmerksamkeit auf sich ziehen würden und den Gesamtzusammenhang der Fassade stören könnten.

Weiterhin sind Werbeanlagen an Einfriedungen unzulässig. Diese Regelung galt bisher insbesondere für Einfriedungen zu den Graften hin, wo eine große Gefahr für ein Übermaß an Werbung gesehen wurde. In den letzten Jahren werden vermehrt öffentliche Flächen vor Cafés, Restaurants und Gaststätten für die Außengastronomie genutzt. Als Abgrenzung zu angrenzenden Fahrbahnen wurden u.a. Am Kirchplatz und an der Kaakstraße durchsichtige Trennwände aufgestellt, die mit dezenter Werbung versehen wurden. Da die Außenbewirtung ausdrücklich erwünscht ist und die darauf angebrachten Werbeanlagen keine negativen Auswirkungen auf die dahinter liegenden Häuser haben, sind Werbeanlagen im Rahmen der Flächenwerbeanlagen nach § 8 Abs. 2 an solchen Einfriedungen zulässig.

Werbeanlagen benachbarter Hausfassaden dürfen nicht zu einer durchlaufenden Einheit zusammengefasst werden. Diese Festsetzung dient dem Ziel, die prägnante, kleinparzellige Struktur der Kernstadt als optisch ablesbar zu erhalten und das Obergeschoss nicht optisch vom Erdgeschoss zu trennen.

Transparente, Banner und Spannbänder, soweit sie nicht für besondere, zeitlich befristete Veranstaltungen, genehmigungsfrei sind, sind unzulässig. Ebenfalls unzulässig sind Werbeanlagen als laufende Schriftbänder. Eine unruhige und optische Überreizung des Betrachters soll damit ausgeschlossen werden. Hinter den beweglichen Werbeanlagen würde die Architektur in den Hintergrund gedrängt, d. h. Werbefahnen, Spannbänder und laufende Schriftbänder würden das Stadtbild Jevers

erheblich stören.

Hiervon ausgenommen sind Spannbänder, die als sogenannte „Quartierswerbung" fungieren, ohne einzelne Gewerbebetriebe und Geschäfte zu benennen. Diese Banner, wie z. B. über der Wangerstraße mit der Aufschrift „Zur Altstadt" sind als Bereicherung des Stadtbildes und zur Förderung der Infrastruktur weiterhin zulässig.

5. §§ 4 - 8 Arten, Anzahl, Ausführung und Größe

Die Festsetzung bezüglich der Arten, Anzahl, Ausführung, Form und Größe von Werbeanlagen dient dem Ziel, positive baugestalterische Vorstellungen konkret festzusetzen.

Als zulässige Werbeanlagen im Sinne dieser Neufassung wurden folgende Werbeanlagen festgesetzt:

a. Parallelwerbeanlagen

b. Ausleger

c. Schaukästen

d. freistehende Gemeinschaftswerbeanlagen

e. Markisen als Werbeträger

f. Flächenwerbeanlagen

zu a., b., g. und h.:

Je Geschäft bzw. Gewerbebetrieb sind pro Fassadenseite zu einer Straße zwei Werbeanlagen als Parallelwerbung, als Ausleger oder jeweils eine Parallelwerbung und ein Ausleger zulässig. Durch diese Beschränkung wird eine regellose Häufung von Werbeanlagen verhindert.

Die Fassade soll in ihrer Ausbildung erkennbar bleiben. Dies wird dadurch erreicht, dass die Werbeanlagen in ihrer Größe im Verhältnis zur vorhandenen Fassade

beschränkt werden. Die Bauhöhe von Parallelwerbeanlagen wird einheitlich auf 0,60 m festgesetzt und darf eine Breite bis zu 2/3 der Fassadenbreite, maximal von bis zu 7 m, haben.

Diese Festsetzung dient dem Ziel, die Gebäude nicht optisch zu durchschneiden. Der Übergang vom Erdgeschoss zum Obergeschoss ist nicht durch Werbeflächen zu gestalten. Die architektonische Einheit vom Obergeschoss und Erdgeschoss muss ablesbar bleiben. Die Festsetzung gilt nicht für Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben. Einzelbuchstaben, plastisch vor die Fassade eines Gebäudes gesetzt oder als aufgemalte Schriftzeichen, haben hierbei den Vorteil, dass die Fassade eines Gebäudes zwischen den einzelnen Buchstaben sichtbar, d. h. weiterhin als gestalterische Einheit erscheint.

zu c (§ 7): Schaukästen und Tafeln

Schaukästen und Tafeln waren als zulässige Werbeanlagen in der bisherigen Satzung nicht genannt und daher nicht zulässig. Bezogen auf gastronomische Betriebe wurde festgestellt, dass diese laut Preisangabenverordnung verpflichtet sind, neben dem Eingang ein Preisverzeichnis anzubringen. Dieser rechtlichen Verpflichtung wurde Rechnung getragen, in dem die dafür notwendigen Schaukästen bis zu einer festgelegten Größe zugelassen werden.

Seitens der Gastronomie wurde angeregt, Tafeln für das Tagesangebot bzw. zuzulassen.

Hier wurde im Gesprächskreis Straßenraumgestaltung festgelegt, dass gastronomische Betriebe eine Tafel für das Tagesangebot mit einer Gesamtgröße von höchstens 1 m² zulässig sein soll, maximal aber 2, wenn die Gesamtgröße von 1 m² durch beide Tafeln nicht überschritten wird. Auch hier steht das Gesamtziel dahinter, eine Hausfassade nicht mit Werbeanlagen zu überfrachten.

Im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung war von der Handwerkskammer Oldenburg angeregt worden, dass die Tafeln auch für Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäckereien/Fleischereien) gelten sollten. Diese Anregung wurde aufgenommen.

In der weiteren Diskussion des Gesprächskreis Straßenraumgestaltung über Schaukästen war angemerkt worden, dass Gewerbetreibende oder Dienstleister, die über keine Schaufenster verfügen bzw. im 1. Obergeschoss ansässig sind, in der Regel nur die Möglichkeit haben, über Schaukästen zu werben. Aus diesem Grunde erfolgt die Aufnahme der Schaukästen als zulässige Werbeanlage. Soweit aus denkmalschutzrechtlichen Gründen eine Anbringung von Schaukästen nicht möglich ist, sollen ausnahmsweise freistehende Schaukästen möglich sein. Da Schaukästen und Tafeln oftmals nicht ohne die Fassadenansicht zu beeinträchtigen angebracht werden können, dürfen architektonische Gliederungen und besondere Bauteile der Fassade nicht bedecken, verdecken oder überschreiten.

zu d. § 7 – Gemeinschaftswerbeanlagen

Die in der Innenstadt befindlichen Gemeinschaftswerbeanlagen der Straßengemeinschaften wären nach der alten Fassung der Satzung unzulässig, so dass eine Regelung erforderlich geworden ist, die auch das geplante künftige Kundenleitsystem mit seinen möglichen Werbeanlagen abdecken soll. Diese Regelung stellt neben den Hinweisschildern auf Betriebe in der 2. Reihe bzw. Hoflage die 2. Ausnahme von der Regelung dar, dass Werbung nur an Stätte der Leistung zulässig ist.

zu e. § 8 Markisen

Markisen mit Werbung sind in der jetzt gültigen Satzung geregelt. Aufgrund ihrer Größe hat eine Markise einen großen Einfluss auf die Fassade eines Hauses, der durch eine Werbung verstärkt wird. Aus diesem Grund ist eine Reglementierung erforderlich.

zu f. § 8 Flächenwerbeanlagen

Die Regelung der Flächenwerbeanlagen wurde neu aufgenommen, da in einigen Fällen die Schaufenster vollflächig von außen verklebt worden sind. Dieses hat auf die Hausproportionen negative Auswirkungen, da die Schaufenster wie Wände wirken und die Fensteröffnungen kaum mehr wahrnehmbar sind.