

# BESCHLUSSVORLAGE

- öffentlich -

A.41/108/2010

STADT **SCHWABACH**



Die Goldschlägerstadt.

|                           |                            |
|---------------------------|----------------------------|
| Sachvortragende/r         | Amt / Geschäftszeichen     |
| Stadtbaurat Volker Arnold | Stadtplanung / Amt 41 / Ma |

|                              |
|------------------------------|
| Sachbearbeiter/in: Kai Maier |
|------------------------------|

## Satzung über besondere Anforderungen an Werbeanlagen in Bereichen der Stadt Schwabach (Werbeanlagensatzung)

Anlagen:  
Zonenplan

| Beratungsfolge             | Termin     | Status     | Beschlussart |
|----------------------------|------------|------------|--------------|
| Planungs- und Bauausschuss | 16.11.2010 | öffentlich | Beschluss    |

### Beschlussvorschlag:

1. Eine Satzung über besondere Anforderungen an Werbeanlagen in Bereichen der Stadt Schwabach (Werbeanlagensatzung) gemäß Art. 81 BayBO wird für die in Anlage 1 dargestellten Bereiche aufgestellt.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, ein entsprechendes Regelwerk zu erarbeiten.

| Finanzielle Auswirkungen                      | Ja | X | Nein |
|---|----|---|------|
| Kosten lt. Beschlussvorschlag                 |    |   |      |
| Gesamtkosten der Maßnahme davon für die Stadt |    |   |      |
| Haushaltsmittel                               |    |   |      |
| Folgekosten                                   |    |   |      |

## **I. Zusammenfassung**

Die Bewahrung des Stadtbildes von Schwabach ist ein wichtiges städtebauliches und kulturelles Anliegen, das im Interesse der Allgemeinheit steht.

Anlagen zur Außenwerbung beeinflussen in hohem Maße das Erscheinungsbild der Stadt. Überdimensionierte oder an falscher Stelle angebrachte Werbeanlagen können zu unerwünschten Beeinträchtigungen des Erscheinungsbildes führen. Gleiches gilt für eine Häufung von Werbeanlagen.

## **II. Sachverhalt**

Leider hat in den letzten Jahren die zunehmende Anzahl an Werbeschildern und -tafeln die Qualitäten von Schwabachs Stadtbild gemindert und würde bei weiterer Zunahme zu einem Attraktivitätsverlust führen. Im Rahmen eines integrierten Einzelhandels- und Tourismuskonzepts für die Stadt Schwabach (Cima-Gutachten) wurde auf die Bedeutung der Stadtbildqualität besonders für den noch zu fördernden Tourismus hingewiesen.

Hinzu kommt auch, dass bei einem Zuviel an Werbung die Einzelbotschaft untergeht und nicht mehr wahrgenommen wird. Immer mehr aufdringlich wirkende Schriften, Schilder und Plakate sind häufig die Folge. Ebenso mindert eine Häufung von schriller werdenden Werbeanlagen die Konzentration der Autofahrer auf den Straßenverkehr.

Aus diesem Grund sind Regelungen zum Schutz des charakteristischen Orts- und Straßensbildes des Zentrums von Schwabach aber auch der Eingangstore erforderlich, die zu einem qualitativollen Erscheinungsbild des öffentlichen Raumes beitragen.

Für Schwabach soll daher eine Satzung zur Regelung von Werbeanlagen erarbeitet werden. Mit diesen Regeln sollen Werbeanlagen nicht generell verboten, sondern geordnet werden. Können die Zulässigkeit (unter anderem gem. der Ortsdurchfahrtrichtlinie), der Standort und die Größe einer Anlage geregelt werden, sind satzungskonforme Werbeanlagen gem. Art. 57 (2) BayBO verfahrensfrei. Ein Vorteil für Gewerbetreibende, da keine Gebühren und Wartezeiten entstehen, wie auch für die Verwaltung, weil weniger Anträge zu prüfen sind.

Das Bauordnungsamt hat immer mehr Probleme, bei Werbeanlagen regelnd einzugreifen und sieht sich zunehmend vor das Verwaltungsgericht zitiert. Zwar hat das Verwaltungsgericht Ansbach zuletzt der Stadt Schwabach Recht gegeben, eine Werbeanlage an der Nürnberger Straße (Höhe Intersport) aufgrund von Häufung und Dimensionierung und der Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit an diesem Ort abzulehnen. In anderen Fällen allerdings musste die Verwaltung die Genehmigungsversagung zurückziehen (Alte Rother Straße und Fürther Straße). Auf eine richterliche Lösung ist auf Dauer nicht zu hoffen.

Eine für Schwabach flächendeckende Satzung ist nach gültiger Rechtsprechung in Deutschland nicht möglich, da es regelmäßig an der Einheitlichkeit des gesamten Gemeindegebietes fehlt und die Satzungsinhalte stets den Charakter der Umgebung zu berücksichtigen haben.

Um der baugeschichtlichen Entwicklung und den unterschiedlichen Nutzungen des Zentrums Rechnung zu tragen, wird der Geltungsbereich dieser Satzung in zwei Bereiche unterteilt und dafür entsprechend angepasste Satzungsteile mit unterschiedlichen Festsetzungen entwickelt. Für die Regelung von Werbeanlagen in der Altstadt steht die Altstadtsatzung, zuletzt geändert am 03.07.2009.

### **Zone 1 - der „mittlere Ring“**

Zone 1 stellt das Teilgebiet rund um die Altstadt bis zu den Ringstraßen Fürther-, Weißenburger-, Anger-, Friedrich-Ebert-, Schützen-, Steinmark-, Guttenberg- und Ansbacher Straße dar.

Hier handelt es sich um die dichte Siedlungserweiterung ab dem 18. Jahrhundert. Die das Ortsbild dominierende Bausubstanz entstammt dem Klassizismus, der Gründerzeit, dem Jugendstil und der klassischen Moderne. Geregelt werden sollen Anlagen entlang der Ringstraßen und der Nürnberger-, Limbacher-, Ludwig-, Penzendorfer-, Bahnhof-, Hindenburg-, Linden-, Wittelsbacher-, Nördlinger-, Rittersbacher-, Reichswaisenhaus- und Regelsbacher Straße.

### Zonen 2 - die Eingangsstraßen

Die Haupteingangsstraßen, die in das Schwabacher Zentrum führen, sind die Visitenkarte der Stadt. Sie können in zwei Kategorien unterteilt werden:

- 2.1. führen durch überwiegend gewachsener Mischbebauungen: Limbacher-, Penzendorfer-, Rittersbacher-, Reichenbacher- und Regelsbacher Straße.
- 2.2. führen durch überwiegend gewerblich genutzter Bebauung: Rother-, Nördlinger- und Nürnberger Straße

Zur Erhaltung der städtebaulichen Eigenart der Bereiche und zum Schutz ihres jeweils kennzeichnenden Ortsbildes gilt als allgemeine Anforderung für alle Werbeanlagen grundsätzlich, dass sie zu keiner Beeinträchtigung der Architekturen und des Stadtbildes führen dürfen und sich in ihre Maßstäblichkeiten einfügen müssen. Sie müssen Gliederungselemente und prägende Bauteile von Gebäuden achten und dürfen sich nicht häufen.

Werbeanlagen sind daher so zu gestalten, dass sie sich in Art, Form, Größe, Lage, Material und Farbe der jeweiligen Architektur und der städtebaulichen Situation unterordnen.

Bei Zustimmung wird eine Satzung erarbeitet den oben genannten Ansprüchen genügt und mit einer genauen Abgrenzungskarte erneut zum Beschluss vorgelegt.