

# **SATZUNG DER HANSESTADT STRALSUND**

## **über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung, Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen entlang der Hauptverkehrsachsen**

### **(Werbeanlagensatzung)**

Auf der Grundlage des § 5 Abs. 1 S. 2 Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern (Kommunalverfassung – KV M-V) vom 13. Juli 2011 (GVOBl. M-V S777) i.V.m. § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 der Landesbauordnung Mecklenburg Vorpommern in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Oktober 2015 (GVOBl. M-V S. 344) hat die Bürgerschaft der Hansestadt Stralsund in ihrer Sitzung am 2016 folgende Satzung beschlossen.

#### **Präambel**

Unternehmen haben ein berechtigtes Interesse an Werbung. Diese Werbung muss jedoch auf das Straßen- und Stadtbild Rücksicht nehmen, dessen Erhaltung und Wiederherstellung entlang der Haupt- und Ausfallstraßen innerhalb der Hansestadt Stralsund das Ziel dieser Satzung sind. Eine übermäßige Dominanz und Beeinträchtigung des Stadtbildes durch Werbeanlagen wirkt sich letztlich auch negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt aus. Um dies zu vermeiden, ist es erforderlich, besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung von Werbeanlagen zu stellen und die Zulässigkeit dieser Anlagen gegebenenfalls teilweise einzuschränken.

Wegen der Sichtbeziehungen zur denkmalgeschützten Altstadt ist darüber hinaus in Teilbereichen entlang der Ortsumgehung Stralsund eine besondere Sensibilität im Umgang mit Werbeanlagen geboten. Insbesondere großformatige Werbeanlagen mit Fernwirkung können hier mit störenden Auswirkungen auf charakteristische Blickbeziehungen verbunden sein, auch wenn sie sich in einem größeren Abstand zur Straße befinden.

Besondere Anforderungen gelten für die altstadtnahen Straßenzüge. Für diese Zone A gemäß Anlage 1 gelten aufgrund der vorwiegend gründerzeitlichen Bausubstanz sowie der räumlichen Nähe zur besonders schutzwürdigen historischen Altstadt als UNESCO-Welterbe zusätzliche Einschränkungen.

#### **§ 1**

##### **Räumlicher Geltungsbereich**

(1) Diese Satzung gilt entlang der Haupt- und Ausfallstraßen

- Barther Straße
- Carl-Heydemann-Ring (zwischen Barther Straße und Tribseer Damm)
- Frankendamm
- Greifswalder Chaussee
- Grünhufer Bogen
- Heinrich-Heine-Ring
- Karl-Marx-Straße
- Knieperdamm

- Prohner Straße
- Richtenberger Chaussee
- Rostocker Chaussee
- Tribseer Damm
- Werftstraße

jeweils beidseitig bis zu einer Tiefe von 30 m gemessen ab Fahrbahnrand und entlang der Ortsumgehung für die in Anlage 1 gekennzeichneten Bereiche.

- (2) Für die Zone A gemäß Anlage 1 entlang der 5 Hauptzufahrtsstraßen (Barther Straße, Frankendamm, Karl-Marx-Straße, Knieperdamm und Tribseer Damm) im altstadtnahen Bereich gelten erhöhte Anforderungen gemäß § 4 Abs. 5.
- (3) Der Geltungsbereich ist in der Anlage 1 dargestellt, die Bestandteil dieser Satzung ist.

## **§ 2**

### **Begriffsbestimmungen**

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe, Beruf oder Veranstaltungen dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.
- (2) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden auf
  - Anschläge und Lichtwerbung an dafür genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen
  - Werbemittel an Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufsstellen
  - Auslagen in Fenstern und Schaukästen
  - Wahlwerbung für die Dauer eines Wahlkampfes

## **§ 3**

### **Allgemeine Anforderungen**

- (1) Werbeanlagen haben sich in Lage, Größe, Form, Farbgebung, Material und Anbringungsart dem Bauwerk sowie dem Landschafts-, Orts- und Straßenbild anzupassen und dem umgebenden Gebäudebestand unterzuordnen.
- (2) Werbeanlagen dürfen die architektonische Gestaltung und Gliederung von Gebäudefassaden nicht beeinträchtigen. Eine Überschneidung von Werbeanlagen mit gliedernden Kanten und Elementen der Fassadengestaltung ist unzulässig.
- (3) Eine Beleuchtung von Werbeanlagen ist so auszuführen, dass sie sich dem Umgebungslicht (öffentliche Beleuchtung) unterordnet. Die Beleuchtung muss blendfrei ausgeführt werden. Der Lichtschein darf nicht zu einer unzumutbaren Beeinträchtigung zulässiger Nutzungen innerhalb des Gebietes oder benachbarter Gebiete führen.
- (4) Werbeanlagen sind so instand zu halten und zu pflegen, dass ihr visuelles Erscheinungsbild in Form, Farbe und Funktion dem Erscheinungsbild zum Zeitpunkt der erstmaligen Anbringung entspricht. Sie sind instand zu setzen bzw. zu reinigen, wenn sie beschädigt, stark verwittert oder verschmutzt sind. Werbeanlagen sind vollständig zu entfernen, wenn der Betrieb bzw. die Einrichtung, für die geworben wird, nicht mehr

besteht oder der Zweck der Werbung aus sonstigen Gründen entfallen ist. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

#### **§ 4**

##### **Konkrete Anforderungen für Werbeanlagen an Gebäuden**

- (1) Die horizontale Ausdehnung einer an Gebäuden oder Gerüsten angebrachten Werbeanlage darf nicht länger sein als  $\frac{2}{3}$  der jeweiligen Gebäudefront. Bei Verwendung mehrerer Werbeanlagen gilt dies für die Summe der Breite aller Werbeanlagen.
- (2) Werbeanlagen dürfen auf einer der öffentlichen Straße zugewandten Fassade eine Größe von 10 % der Fassade und auf einer Brandwand eine Größe von 25 % der Brandwand nicht überschreiten. Ausnahmsweise zulässig ist die Überschreitung dieser Grenzwerte für Brandwände bis max. 40% der Fassade, wenn die Werbung in Form von Bemalung mit Schrift- oder Zeichendarstellungen, Warenzeichen, Sinnbildern oder ähnlichem erfolgt. Bei Verwendung mehrerer Werbeanlagen gilt dies für die Summe aller Werbeanlagen.
- (3) Werbung, die flächig auf Schaufenster aufgebracht wird, ist ausschließlich im Erdgeschoss zulässig. Die Gesamtfläche darf jedoch höchstens 50 % der Schaufensterfläche betragen. An der Stätte der Leistung kann Fensterwerbung oberhalb des Erdgeschosses ausnahmsweise zugelassen werden.
- (4) Sofern nach Eigenart des Gebietes auch Werbung außerhalb der Stätte der Leistung und unter Maßgabe von § 6 zulässig ist, ist diese auf 1 Werbeanlage je Gebäude begrenzt.
- (5) Innerhalb des in der Anlage 1 mit dem Buchstaben A gekennzeichneten Bereichs
  - a) sind nur Werbeanlagen für das eigene Geschäft oder Produkte zulässig, die dort vertrieben werden.
  - b) sind Werbeanlagen in der Erdgeschosszone, d. h. maximal bis zur Höhe der Fenstersohlbank des 1. Obergeschosses, anzubringen. Ausnahmsweise ist für gewerbliche Nutzungen, die nur in Obergeschossen des Gebäudes ansässig sind, eine Werbeanlage am Brüstungsfeld des 2. Obergeschosses möglich, wenn sie aus Einzelbuchstaben hergestellt wird.
  - c) dürfen Werbeanlagen nicht höher als 0,5 m sein und in der Summe ihrer Länge 50 % der Fassadenbreite nicht überschreiten. Einzelne Zeichen dürfen bis zu 0,6 m hoch sein.
  - d) sind im rechten Winkel zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) zulässig, die bis zu 1 m in die öffentliche Fläche ragen und eine Ansichtsfläche bis zu 0,6 m<sup>2</sup> haben. Die Unterkante des Auslegers muss mindestens 2,5 m über dem Gehweg liegen.
  - e) beträgt die maximal zulässige Ansichtsfläche einer Werbeanlage 2 m<sup>2</sup>.
  - f) sind pro Geschäft oder Betrieb und zu jeder Straßenseite bei Ecklagen maximal je 2 Werbeanlagen zulässig.
  - g) ist Werbung an Brandwänden ausschließlich in Form von Bemalung zulässig.

## **§ 5**

### **Konkrete Anforderungen für freistehende Werbeanlagen**

- (1) Sonnenschirme und Klappschilder sowie ähnliche in regelmäßigen Abständen auf öffentlicher Verkehrsfläche angebrachte oder aufgestellte Anlagen mit Werbeaufschriften sind nur während der Geschäfts- und Betriebszeiten zulässig und wenn sie unmittelbar vor dem jeweiligen Geschäft oder Betrieb aufgestellt werden. Eine etwa erforderliche Sondernutzungserlaubnis nach Straßen- und Wegerecht bleibt davon unberührt.
- (2) Großflächentafeln oder Wechselwerbeanlagen, sofern sie unter Maßgabe von § 6 zulässig sind, dürfen eine Ansichtsfläche von maximal 11 m<sup>2</sup> (18/1, Euroformat) nicht überschreiten.
- (3) Werbeanlagen an Stelen und Pylonen dürfen eine Höhe von 7,0 Meter und Breite von 2,0 Meter nicht überschreiten und nicht in die öffentliche Verkehrsfläche hineinragen.
- (4) Fahnen sind bis zu einer Größe von 6 m<sup>2</sup> zulässig. Die Fahnenmasten dürfen eine Höhe von 7,0 m nicht überschreiten. Die Errichtung von mehr als 3 Fahnen je Grundstücksseite, die an eine öffentliche Straße angrenzt, ist unzulässig.
- (5) Zulässig ist je eine freistehende Werbeanlage je angefangene 15,0 m Grundstücksgrenze zur öffentlichen Verkehrsfläche.
- (6) Innerhalb des in der Anlage 1 mit dem Buchstaben A gekennzeichneten Bereichs sind Firmenschilder vor Gebäuden bis zu einer Höhe von maximal 2,0 m zulässig. Fahnen oder Pylone sind dort nur hinter der Bauflucht angrenzender Gebäude zulässig, die den Bebauungszusammenhang bilden.

## **§ 6**

### **Unzulässige Werbeanlagen**

Im Geltungsbereich dieser Satzung sind folgende Werbeanlagen unzulässig:

- (1) Werbeanlagen, die wesentliche Sichtachsen und Blickbezüge, wichtige stadtbildprägende Grünstrukturen wie Alleen, Grünzüge, Vorgartenzonen, Straßenraumbegrünung etc. beeinträchtigen oder verstellen oder störend beeinträchtigen
- (2) außerhalb der Stätte der Leistung angebrachte Werbeanlagen
  - innerhalb des in der Anlage 1 mit dem Buchstaben A gekennzeichneten Bereichs
  - an allen Kreuzungsbereichen der Hauptverkehrsachsen innerhalb des Geltungsbereiches, wobei sich hier die Schutzzone auf einen einsehbaren 60-m-Bereich nach allen Seiten, gemessen vom Mittelpunkt der Kreuzung aus, erstreckt
  - in reinen Wohngebieten (§ 3 BauNVO)
  - in allgemeinen Wohngebieten (§ 4 BauNVO)
  - in Mischgebieten (§ 6 BauNVO), wenn diese durch Wohnnutzung geprägt sind

Ausnahmsweise können zugelassen werden:

- a) Fremdwerbeanlagen als Rückseiten der Stadtinformationsanlagen (Stadtpläne) mit dem Format von maximal 1,2 x 1,8 m im öffentlichen Straßenraum. Anzahl und Abstände der Stadtinformationsanlagen sind so zu wählen, dass eine sinnvolle Positionierung der Stadtpläne als öffentliche Information gegeben ist

- b) Fremdwerbeanlagen an Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs soweit diese die Eigenart des Gebietes und das Ortsbild nicht beeinträchtigen
  - c) der Hauptwerbeanlage untergeordnete Embleme von Getränkeherstellern an Gaststätten.
- (3) störende Häufungen von Werbeanlagen, insbesondere wenn sich künftig im Blickfeld eines Betrachters mehrere Werbeanlagen befinden, die sich in ihrem Wirkungskreis überschneiden sowie Werbeanlagen an Ortsrändern soweit sie in die freie Landschaft hinein wirken.
- (4) Großflächentafeln oder Wechselwerbeanlagen innerhalb des in der Anlage 1 mit dem Buchstaben A bezeichneten Bereichs.
- (5) Werbeanlagen an Erkern, Balkonen und Geländern, an freistehenden Mauern und Einfriedungen, an Bäumen, auf Dächern und oberhalb des Gebäudedachfirstes, an Brücken und Brückengeländern, an Schornsteinen oder sonstigen hochragenden, das Stadtbild beeinflussenden Bauteilen sowie in Vorgärten von Wohnhäusern.
- Ausnahmsweise sind Werbeanlagen an Dächern von Tankstellen zulässig.
- (6) Werbeanlagen mit grellen Farben, grellem, wechselndem, bewegtem oder blinkendem Licht. Als grell gilt Farbe oder Licht, wenn diese blenden, aufdringlich wirken oder in einem auffälligen Missverhältnis zu der jeweiligen Umgebung stehen.
- (7) Werbeanlagen als Lichtprojektion sowie als Leuchtband, Leuchtkette, Leuchtkontur, Laserspot, Laufschrift oder ähnliche Installationen sowie das Anstrahlen ganzer Hausfassaden, Geschosse oder Straßenfluchten mittels Scheinwerfer oder Ähnlichem.
- (8) bewegliche / sich bewegende Werbeanlagen.
- (9) mobile Werbeanlagen, die außerhalb der Stätte der Leistung aufgestellt werden (z.B. auf oder an betriebsbereiten und nicht mehr betriebsbereiten Fahrzeugen, Anhängern, Behältern und Geräten).

## **§ 7**

### **Andere Vorschriften**

- (1) Von dieser Satzung bleiben straßenrechtliche und straßenverkehrsrechtliche Vorschriften, Vorschriften des Denkmalschutzes und sonstige Vorschriften unberührt. Entlang der Bundes-, Landes- und Kreisstraßen gilt das Straßen- und Wegegesetz des Landes M-V.
- (2) Im Geltungsbereich von Bebauungsplänen gelten die Vorschriften nur, soweit durch Festsetzungen des Bebauungsplanes nicht abweichende Regelungen getroffen sind.

## **§ 8**

### **Bestehende Anlagen**

- (1) Jede Ersatzbeschaffung bestehender Anlagen unterliegt den Regelungen dieser Satzung.
- (2) In Ausnahmefällen kann die zuständige Stelle im Bauamt der Hansestadt Stralsund verlangen, dass bisher genehmigte bestehende Anlagen, die im groben Missverhältnis zu den Anforderungen dieser Satzung stehen und zugleich deren gestalterische Zielsetzungen gefährden, innerhalb einer angemessenen Frist den Vorgaben dieser

Satzung entsprechend umzugestalten sind. Ist eine Umgestaltung nicht möglich oder erfolgversprechend, kann auch verlangt werden, dass die Anlage entfernt oder ggf. an einen anderen Standort umgesetzt wird. Das Vertrauen in den Bestand der Werbeanlage hat besondere Berücksichtigung zu finden.

### **§ 9 Ausnahmen und Befreiungen**

- (1) Befreiungen von den Vorschriften dieser Werbeanlagensatzung können im Einzelfall gewährt werden, wenn die Durchführung von Vorschriften zu einer unbilligen Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.
- (2) Bei Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen können Ausnahmen von dieser Satzung für einen der Veranstaltungsdauer angemessenen Zeitraum zugelassen werden.

### **§ 10**

#### **Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig nach § 84 Abs. 1 Nr. 1 Landesbauordnung Mecklenburg-Vorpommern handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig
  - a) den in § 3 aufgeführten allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen zuwiderhandelt.
  - b) den in § 4 aufgeführten konkreten Anforderungen für Werbeanlagen an Gebäuden zuwiderhandelt.
  - c) den in § 5 aufgeführten konkreten Anforderungen für freistehende Werbeanlagen zuwiderhandelt.
  - d) eine nach § 6 unzulässige Werbeanlage errichtet, anbringt oder aufstellt.
  - e) einer Aufforderung nach § 8 Abs. 2 nicht nachkommt.
- (2) Die Ordnungswidrigkeiten nach Absatz 1 können gemäß § 84 Abs. 3 LBauO M-V mit einer Geldbuße bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

### **§ 11**

#### **Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Stralsund, den

Dr.-Ing. Alexander Badrow  
Oberbürgermeister

Anlage 1      Grenze des räumlichen Geltungsbereiches