

# Stadt Klütz

## Mitteilungsvorlage

BV/02/23/119

öffentlich

## Aufstellen von Litfaßsäulen im Stadtgebiet

<i>Organisationseinheit:</i> Bauwesen <i>Bearbeiter:</i> Julia Tesche	<i>Datum</i> 08.11.2023 <i>Verfasser:</i>
--	---

<i>Beratungsfolge</i>	<i>Geplante Sitzungstermine</i>	<i>Ö / N</i>
Wirtschafts-, Tourismus- und Umweltausschuss der Stadt Klütz (Entscheidung)	21.11.2023	Ö

### **Sachverhalt:**

Die Verwaltung wurde um Vorprüfung von Litfaßsäulen im Stadtgebiet hinsichtlich der Vereinbarkeit mit den Satzungen der Stadt gebeten.

Da es sich bei Litfaßsäulen um Werbeanlagen i.S.v. § 2 Abs. 1 der Werbesatzung handelt, kommt die Werbesatzung der Stadt Klütz vom 1. März 2019 zur Anwendung.

Im räumlichen Geltungsbereich der Werbesatzung wird die Anbringung und Gestaltung von Werbeanlagen im Stadtgebiet geregelt. Litfaßsäulen als Werbeanlagen entsprechen schon hinsichtlich ihrer Gestaltung nicht den Festsetzungen nach §4 der Werbesatzung und weichen auch in den nachfolgenden Punkten von den Festlegungen der Werbesatzung ab.

Grundsätzlich sollen Werbeanlagen im Geltungsbereich der Werbesatzung eine Größe von 0,5m<sup>2</sup>, auch auf Tafeln, Schildern und Schaukästen nicht überschreiten.

Gemäß § 2 Abs. 2 der Werbesatzung (siehe auch § 10 Abs. 4 LBauO MV) sind Werbeanlagen, ausgenommen Schaukästen für öffentliche Bekanntmachungen und Informationstafeln, in Kleinsiedlungsgebieten, reinen und allgemeinen Wohngebieten nur an der Stätte der Leistung zulässig.

Nicht zulässig, nach § 2 Abs. 4, sind Werbeanlagen, die der Bewerbung einer gewerblichen Tätigkeit an einem anderen Ort oder überwiegend der Markenwerbung (Fremdreklame) dienen.

Weiterhin ist eine Dopplung oder Häufung gleicher Werbeanlagen gemäß § 2 Abs. 5 nicht gestattet.

Gemäß § 6 der Werbesatzung können Befreiungen im Einzelfall erfolgen.

### **Finanzielle Auswirkungen:**

Beschreibung (bei Investitionen auch Folgekostenberechnung beifügen - u.a. Abschreibung, Unterhaltung, Bewirtschaftung)	
	Finanzierungsmittel im Haushalt vorhanden.
	durch Haushaltsansatz auf Produktsachkonto:
	durch Mitteln im Deckungskreis über Einsparung bei Produktsachkonto:
	über- / außerplanmäßige Aufwendung oder Auszahlungen
	unvorhergesehen <u>und</u>
	unabweisbar <u>und</u>

	Begründung der Unvorhersehbarkeit und Unabweisbarkeit (insbes. in Zeiten vorläufiger Haushaltsführung auszufüllen):
	Deckung gesichert durch
	Einsparung außerhalb des Deckungskreises bei Produktsachkonto:
	Keine finanziellen Auswirkungen.

**Anlage/n:**

1	WERBESATZUNG - ausgefertigt - gültig ab 02.03.2019 öffentlich
---	---

## **W e r b e s a t z u n g der Stadt Klütz vom 01. März 2019**

Aufgrund des § 86 Abs. 1 und Abs. 2 der Landesbauordnung Mecklenburg-Vorpommern (LBauO M-V) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Oktober 2015 (GVOBl. M-V 2015, S.344), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 07. Juni 2017 (GVOBl. M-V 2017, S. 106, 107) und des § 5 der Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern (KV M-V) vom 13. Juli 2011, verkündet als Artikel 1 des Gesetzes über die KV M-V und zur Änderung weiterer kommunalrechtlicher Vorschriften vom 13. Juli 2011 (GVOBl. M-V 2011, S. 777), wird nach Beschluss der Stadtvertretung der Stadt Klütz vom 11. Februar 2019 zum Schutz und zur zukünftigen Gestaltung der Werbeanlagen in der Stadt Klütz die Werbesatzung für den Geltungsbereich (als Anlage 1) erlassen:

### **Begründung**

Die Stadt Klütz verfügt über eine Ortsgestaltungssatzung für einen klar umgrenzten Bereich. Für die Werbesatzung wird ein eigenständiger Geltungsbereich festgelegt, der vom Geltungsbereich der Ortsgestaltungssatzung abweicht. Der Geltungsbereich ist flurstücksgenau angegeben. Für den Geltungsbereich der Satzung sind auch die innerhalb des Satzungsbereiches befindlichen Abgrenzungen der Geltungsbereiche der Bebauungspläne enthalten.

Aufgrund der Fülle der Anforderungen für die Regelung zu Werbeanlagen zur Wahrung des kleinstädtischen Charakters der Stadt Klütz stellt die Stadt unabhängig zur Ortsgestaltungssatzung eine Werbesatzung auf. Die Stadt Klütz überprüfte die Anforderungen der Werbesatzung auf die Bereiche im Geltungsbereich auf die Festlegung spezifischer Bereiche. Hierfür wurden die Gebiete innerhalb des Geltungsbereiches auf ihre Eigenheiten überprüft und auf notwendige eigenständige Vorgaben zur Werbeaussage untersucht. Es konnte festgestellt werden, dass eine weitergehende räumliche Differenzierung innerhalb des Geltungsbereiches der Werbesatzung nicht notwendig ist. Innerhalb des Geltungsbereiches der Satzung befinden sich überwiegend faktische Baugebiete nach § 34 Baugesetzbuch (BauGB). Es handelt sich um reine Wohngebiete, allgemeine Wohngebiete und Kleinsiedlungsgebiete. Für Baugebiete ist geregelt, dass Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung zulässig sind. Baugebiete sind für den Bereich des Geltungsbereiches in der Regel noch nicht in Bebauungsplänen festgesetzt. Deshalb wird auf die faktischen Baugebiete nach § 34 Abs. 2 BauGB Bezug genommen.

Innerhalb des Geltungsbereiches der Werbesatzung gelten einheitliche Regelungen (Ausführungen zu den Bebauungsplänen werden gesondert getroffen).

Auf Abweichungen der Werbesatzung zu Festsetzungen in rechtsgültigen und rechtskräftigen Bebauungsplänen wird hingewiesen. Wenn es einen konkreten Anlass gibt, ist ggf. der Bebauungsplan entsprechend zu ändern und konkret den Anforderungen der Werbesatzung anzupassen. Dies bedarf einer Einzelfallprüfung und ist insbesondere im Zusammenhang mit § 6 - Befreiungen zu prüfen.

## **§ 1** **Räumlicher Geltungsbereich**

1. Der Geltungsbereich der Werbesatzung besteht aus einer Karte mit flurstücksgenauer Angabe und Kennzeichnung der B-Plangebiete.
2. Die Vorschriften gelten für bauliche Anlagen oder Anlagenteile und Grundstücksflächen, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.
3. Die Vorschriften des Denkmalschutzes bleiben unberührt. Eine Werbeanlage an einem Denkmal bedarf der denkmalrechtlichen Genehmigung.
4. Grundlage ist § 10 des Gesetzes über die Landesbauordnung (LBauO M-V) vom 18. April 2006 (GVOBl. M-V. 2006, S. 102), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 21. Dezember 2015 (GVOBl. M-V. 2015, S. 590).
5. Auch Werbeanlagen, die nach § 61 LBauO M-V verfahrensfrei errichtet werden können, unterliegen den Vorschriften dieser Satzung.
6. Für die nach § 61 Abs. 1 Nr. 12 LBauO M-V verfahrensfreien Werbeanlagen sind die anderen öffentlich-rechtlichen Vorschriften, wie z.B. das Naturschutzausführungsgesetz- NatSchAG M-V, bei der Errichtung zu berücksichtigen.

### **Begründung:**

Für die Werbesatzung wird ein von der Ortsgestaltungssatzung abweichender Geltungsbereich festgelegt. Die Geltungsbereichsgrenzen werden flurstücksgenau festgelegt. Von der Regelung der Werbesatzung sind die innerhalb des Gebietes vorhandenen rechtskräftigen Bauleitpläne ausgenommen bzw. darüberhinausgehende Regelungen gelten fort, soweit sie von den Festlegungen der Werbesatzung abweichen. Bei konkretem Anlass ist dann die Anpassung der Bauleitpläne an die Werbesatzung vorzusehen. Hierzu wird eine gesonderte Anlage gefertigt, aus der die Darlegungen bzw. Vorgaben der Bebauungspläne in Vergleich mit den Vorgaben der Werbesatzung gesetzt werden. Sofern in den Bebauungsplänen weitergehende Vorgaben zur Werbung, die über die Vorgaben der Werbesatzung hinausgehen, getroffen werden, treten diese an die Stelle der Vorgaben der Werbesatzung.

Für die Stadt ist wichtig, dass im räumlichen Geltungsbereich auch Werbeanlagen geregelt werden, die zwar verfahrensfrei sind, jedoch aufgrund ihrer Größe reglementiert werden sollen. Hierzu gehören z.B. Werbeanlagen, die eine Größe von 0,5 m<sup>2</sup> nicht überschreiten dürfen. Sie sind zwar bis 1,0 m<sup>2</sup> verfahrensfrei, sollen jedoch unter Berücksichtigung der Vorgaben in der Stadt mit 0,5 m<sup>2</sup> in der Größe begrenzt werden.

## **§ 2** **Allgemeine Bestimmungen**

1. Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar

sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschlüsse und Bogenanschlüsse oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

2. Werbeanlagen, ausgenommen Schaukästen für öffentliche Bekanntmachungen und Informationstafeln, sind in Kleinsiedlungsgebieten, reinen und allgemeinen Wohngebieten nur an der Stätte der Leistung zulässig (siehe auch § 10 Abs. 4 LBauO M-V).
3. Werbeanlagen und Warenautomaten sind so zu errichten und zu unterhalten, dass sie nach Form, Maßstab, Material, Farbe und Gliederung das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind, sowie das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und das Straßenbild nicht beeinträchtigen sowie den historischen, architektonischen und städtebaulichen Charakter nicht stören.
4. Werbeanlagen, die der Bewerbung einer gewerblichen Tätigkeit an einem anderen Ort oder überwiegend der Markenwerbung (Fremdreklame) dienen, sind nicht zulässig.
5. Eine Dopplung oder Häufung gleicher Werbeanlagen ist nicht gestattet. Werbeanlagen können aus mehreren Teilen bestehen, müssen aber einheitlich gestaltet sein.

#### **Begründung:**

Für die Zulässigkeit von Vorhaben gelten die Paragraphen des BauGB, insbesondere § 34 BauGB. Unter Berücksichtigung dessen, dass die Stadt Klütz einen Flächennutzungsplan hat und unter Berücksichtigung dessen, dass sich innerhalb des Geltungsbereiches der Satzung faktische Baugebiete ableiten lassen, wird in Bezug auf die Zulässigkeit von Werbeanlagen geregelt, dass diese nur an der Stätte der Leistung zulässig sind, weil innerhalb des Stadtgebietes nur Kleinsiedlungsgebiete, Dorfgebiete, reine und allgemeine Wohngebiete vorhanden sind; im Geltungsbereich der Werbesatzung sind keine Dorfgebiete enthalten. Es sind jedoch Mischgebiete enthalten. Im Flächennutzungsplan ist für die Flächen im Geltungsbereich der Satzung ein MI-Gebiet im Bereich der Lübecker Straße dargestellt. Für dieses MI-Gebiet sollen die gleichen Vorgaben gelten wie für die ansonsten faktischen Kleinsiedlungsgebiete, reinen und allgemeinen Wohngebiete somit nur an der Stätte der Leistung. Die übrigen Vorgaben gelten auch. Für die Molkerei gelten die gleichen Anforderungen wie für sonstige Ansiedlungen innerhalb der allgemeinen Wohngebiete des Flächennutzungsplanes.

Der öffentliche Verkehrsraum sind alle gewidmeten Straßen, Wege, Plätze und gegebenenfalls auch Flächen, die öffentlich zugänglich sind, wie Privatstraßen oder Parkplätze von Einzelhandelseinrichtungen.

Werbeanlagen sind dann störend, wenn sie nach Form, Maßstab, Material, Farbe und Gliederung das Erscheinungsbild der baulichen Anlage sowie das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und das Straßenbild beeinträchtigen. Hierzu gehört auch, dass wichtige Fassadendetails verdeckt werden.

Ebenso ist störend, wenn die Proportionen der betroffenen und der benachbarten baulichen Anlage dadurch beeinträchtigt werden und eine gesamtheitliche Ansicht

der Fassade nicht mehr gegeben ist, sondern die Werbeanlage das Erscheinungsbild bestimmt.

Das Erscheinungsbild ist dann beeinträchtigt, wenn die Werbeanlage dominierend wirkt und vor die Stadtlandschaft in ihrer Wirkung tritt.

### **§ 3 Anbringung**

1. Werbeanlagen dürfen wesentliche architektonische Gliederungselemente – wie Fenster, Brüstungsbänder, Giebeldreiecke, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Friese und Stuckaturen – nicht überdecken. An Gebäudeteilen wie Erker, Balkone, Kanzeln, Dächern, Schornsteinen, Einfriedungen und Toren sind Werbeanlagen unzulässig.
2. Je Gewerbebetrieb sind nur zwei Werbeanlagen zulässig. Beschriftungen auf den Schaufensterscheiben werden hier nicht mitgezählt.
3. Beschriftungen, Bemalungen, Zettel- und Bogenanschläge in Schaufenstern in den einzelnen Fenstern im Erdgeschoss dürfen nur 10% der Glasflächen einnehmen. Ausgenommen sind temporäre Veranstaltungshinweise.
4. Oberhalb der Oberkante Erdgeschossdecke sind Werbeanlagen nicht zulässig.  
Oberhalb der Erdgeschossfenster sind nur Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben und freistehende Einzelzeichen (Logos) zulässig. Die Höhe der Buchstaben darf 0,35 Meter, die Länge aller Werbeanlagen 60% des Fassadenabschnittes und die Länge pro Werbeanlage 4,00 Meter nicht überschreiten. Freistehende Einzelzeichen dürfen 0,50 Meter hoch sein.
5. Werbeanlagen auf Tafeln und Schildern sowie Schaukästen dürfen die Größe von 0,5 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.
6. Schriftzüge aus Werbeanlagen sind flach auf der Außenwand des Gebäudes anzubringen. Tafeln müssen flach an der Gebäudewand angebracht werden. Schaukästen dürfen maximal 0,10 Meter vorstehen.
7. Das umschreibende Rechteck einer Auslegerwerbung darf die Größe von 0,75 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Die lichte Höhe der Ausleger muss mindestens 2,50 Meter über Gehwegs-/Geländeoberkante betragen. Sie dürfen max. 0,90 Meter auskragen und eine Fläche bis zu 0,4 m<sup>2</sup> haben. Handwerks- oder Innungsschilder oder daraus abgeleitete Formen dürfen auch andere Abmessungen, Auskragsmaße oder Formen haben. Das Anbringen von Auslegerwerbeanlagen an der Vorderkante von Kragplatten und Vordächern ist nicht zulässig.
8. Festinstallierte Fahnen und Fahnenmasten mit Werbung sind im Geltungsbereich in der Innenstadt nicht zulässig.

### **Begründung:**

Nach § 61 Abs. 1 Nr. 12a LBauO M-V sind Werbeanlagen mit einer Ansichtsfläche bis 1 m<sup>2</sup> verfahrensfrei gestellt. Unabhängig von der Verfahrensfreiheit für bis zu 1 m<sup>2</sup> große Werbeanlagen wird die Größe der Werbeanlagen durch die Stadt Klütz auf 0,5 m<sup>2</sup> begrenzt. Unter Berücksichtigung der kleinstädtischen Struktur mit den unter § 2 Abs. 2 benannten Baugebieten wird die maximale Größe von Werbeanlagen auf 0,5 m<sup>2</sup> begrenzt. Bereits bei der Aufstellung der Sanierungssatzung hat die Stadt großes Augenmerk auf die Größe der Werbeanlagen gelegt. Es wurde darauf geachtet, dass die Werbeanlagen nicht dominierend werden und somit zurückbleiben. Der Rahmenplan hatte sich mit den Werbeanlagen beschäftigt und Vorgaben für die Größe von Werbeanlagen von bis zu 0,5 m<sup>2</sup> gegeben, um die kleinstädtische Struktur so entsprechend zu untermalen.

### **§ 4 Gestaltung**

1. Werbeanlagen dürfen nicht höher als 0,40 Meter sein und in der Summe ihrer Länge 50 % der Fassadenbreite nicht überschreiten. Einzelne Zeichen dürfen bis zu 0,50 Meter hoch sein.
2. Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf höchstens 10 % der Fläche der Erdgeschossfassade betragen. Als Fläche der Werbeanlage gilt das sie umschreibende Rechteck. Die Fläche der Erdgeschoßfassade berechnet sich aus ihrer Länge an der öffentlichen Verkehrsfläche und ihrer Höhe zwischen Oberkante Erdgeschossfußboden (Geländehöhe) und Oberkante Erdgeschossdecke.
3. Werbeanlagen benachbarter Fassadenabschnitte dürfen nicht zu einer durchlaufenden Einheit verbunden werden. Sie muss einem Gebäude eindeutig zugeordnet sein. Ist eine Fassade achsensymmetrisch, muss die Werbung auch achsensymmetrisch angebracht werden.
4. Werbeanlagen sollen nicht seitlich über die darunterliegenden Schaufenster hinwegreichen. Zur Hauskante ist ein Abstand von mindestens 0,50 Meter einzuhalten.
5. Beschriftungen müssen waagrecht erfolgen. Es sind nur symbolhafte Darstellungen von Produkten erlaubt.

### **§ 5 Lichtwerbung**

1. Beleuchtete Werbeanlagen sind nur zulässig als angeleuchtete Tafeln oder hinterleuchtete Einzelbuchstaben oder Zeichen. Die Beleuchtung muss blendfrei ausgeführt werden.
2. Selbstleuchtende Werbeanlagen, Blinkwerbung, Wechsellichtanlagen, laufende Schriftbänder, fluoreszierende Werbeanlagen und Werbeanlagen für Wechselwirkung sind unzulässig.

Ausgenommen sind flach an der Fassade angebrachte Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben und Anlagen im Zusammenhang mit Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und der Stadtinformation. Leuchtende Lichtbänder sind nur im Dezember zulässig.

3. Die Beleuchtung ist in der Farbe „warmweiß“ auszuführen. Ausgenommen sind selbstleuchtende Einzelbuchstaben.
4. Sich bewegendes, wechselndes oder gespiegeltes Licht ist unzulässig.
5. Kabelzuführungen sollen nicht sichtbar verlegt werden.

**Begründung:**

Die Lichtbänder bzw. die Darlegungen zu leuchtenden Lichtbändern werden aufgenommen, um die typische Beleuchtung zu Weihnachten zuzulassen.

## **§ 6 Befreiungen**

Befreiungen von der Satzung können im Einzelfall erfolgen. Darüber befindet die Stadtvertreterversammlung der Stadt Klütz.

**Begründung:**

Befreiungen sollen unter Berücksichtigung der Regelungen des BauGB zulässig sein. Hierfür ist eine unbillige Härte maßgebend der Grund für eine Ausnahmeregelung.

## **§ 7 Verstöße gegen die Werbesatzung**

Verstöße gegen diese Satzung werden gemäß LBauO M-V § 84, Abs.1, Nr. 1 als Ordnungswidrigkeiten geahndet. Es kann nach § 84, Abs. 3 ein Bußgeld bis zu 250.000 EUR verhängt werden.

## **§ 8 Übergangsregelung**

Die genehmigten Werbeanlagen genießen Bestandsschutz. Die ungenehmigten Werbeanlagen sind zurückzubauen. Hierfür wird als Frist der 01.07.2019 festgelegt.

**Begründung:**

Da für den Bereich der Satzung keine einheitliche Werbesatzung galt, werden genehmigte und ungenehmigte Werbeanlagen differenziert behandelt. Die ungenehmigten sind soweit zurückzunehmen, wie sie nicht in Vereinbarung mit der Satzung gebracht werden können. Für genehmigte Anlagen gilt der Bestandsschutz. Hier ist das Ziel die Anpassung an die Zielsetzungen der Satzung.



**§ 9**  
**Inkrafttreten**

Diese Werbesatzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Klütz, den 01. März 2019



G. Jung  
Bürgermeister



Soweit beim Erlass dieser Satzung gegen Verfahrens- und Formvorschriften verstoßen wurde, können diese gemäß § 5 Abs. 5 KV M-V nach Ablauf eines Jahres seit dieser öffentlichen Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden. Diese Einschränkung gilt nicht für die Verletzung von Anzeige-, Genehmigungs- und Bekanntmachungsvorschriften.

Anlage  
zur  
Werbesatzung  
der Stadt  
Klütz  
vom 01. März 2019

