

Satzung

über die Gestaltung und Zulässigkeit von Werbeanlagen

„Werbeleitsatzung“



Begründung zur Werbeleitsatzung März 2020



Aufgestellt / Geändert:

18.04.2019 J. Wolf
09.05.2019 J. Wolf
14.06.2019 J. Wolf
13.08.2019 J. Wolf
12.12.2019 J. Wolf

Fassung:

ABSCHRIFT

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
1 Ziel der Werbeleitsatzung	3
2 Anlass zur Neuaufstellung der Satzung	4
3 Rechtliche Grundlagen	4
4 Inhalte der Satzung	5
4.1. § 1 Räumlicher Geltungsbereich.....	5
4.2. § 2 Sachlicher Geltungsbereich	5
4.3. § 3 Begriffe	5
4.4. § 4 Allgemeine Anforderungen für den gesamten Geltungsbereich	6
4.5. § 5 Unzulässige Anbringungsorte	11
4.6. Einteilung in Gebietskategorien	11
4.7. § 6 Anforderungen im Bereich der Kategorie I	12
4.8. § 7 Anforderungen im Bereich der Kategorie II	13
4.9. § 8 Anforderungen im Bereich der Kategorie III	14
4.10. § 9 Anforderungen im Bereich der Kategorie IV.....	15
4.11. § 10 Anforderungen im Bereich der Kategorie V	16
4.12. § 11 Abweichungen	16
4.13. § 12 Ordnungswidrigkeiten	16
Verfahrensvermerke.....	18

Vorbemerkung

Das äußere Erscheinungsbild einer Stadt wird nicht ausschließlich durch die Architektur einzelner Gebäude oder Gebäudegruppen, sondern auch von Werbeanlagen in jeglicher Form in der Gesamtstadt und den zugehörigen Ortschaften geprägt. Werbeanlagen können den architektonischen und städtebaulichen Gesamteindruck beeinträchtigen, insofern sie willkürlich und ohne Rücksicht auf das Stadtbild errichtet werden.

Um den Ansprüchen einer hochwertigen Stadtgestaltung gerecht zu werden, soll die Frage zum Umgang mit Werbeanlagen in den stetigen Stadtentwicklungsprozess eingebunden werden. Mit der Erarbeitung dieser Werbeleitsatzung für die Gesamtstadt wird ein wichtiger Beitrag zur Qualität des Bauens und des Erscheinungsbildes der Stadt in Holzminden geleistet.

Die Werbeleitsatzung soll zur Erhaltung und zur Aufwertung des Stadtbildes von Holzminden beitragen. Insbesondere gilt es auch im Bereich der historischen Altstadt den Umgang mit Werbeanlagen zu steuern, um die Identität und Attraktivität der Altstadt beizubehalten.

Die vorgenommenen Regelungen haben prinzipiell Eingriffe in die Baufreiheit hinsichtlich Werbeanlagen zur Folge. Die Regelungen orientieren sich überwiegend an dem vorhandenen, erhaltenswerten Stadtbild und liegen somit im öffentlichen Interesse.

In den letzten Jahren hat im Hinblick auf Werbeanlagen eine Negativentwicklung stattgefunden, die nicht fortgeführt werden soll. Insbesondere die willkürliche Anbringung und die Vielzahl von Werbeanlagen an den Einfallstraßen der Stadt Holzminden haben erheblich zugenommen. Zudem sind immer GröÙe Werbetafeln vorgesehen, die das Stadtbild erheblich beeinflussen.

In einigen Bebauungsplänen der Stadt Holzminden wurden bereits Örtliche Bauvorschriften zu Werbeanlagen festgesetzt. Die getroffenen Festsetzungen sind zum Teil sehr unterschiedlich, sodass für eine einheitliche Regelungsgrundlage Handlungsbedarf besteht.

1 Ziel der Werbeleitsatzung

Diese Satzung will auf die für das Straßenbild wirkenden Werbeanlagen der Innenstadt und der abgehenden Ausfallstraßen, aber auch auf die Werbeanlagen des restlichen Stadtgebietes positiv regelnd einwirken. Eine Regelungsmöglichkeit durch Bebauungspläne ist theoretisch gegeben, jedoch beinhalten ausschließlich aktuelle Bebauungspläne Festsetzungen zu Werbeanlagen. Alle anderen Bebauungspläne müssten geändert werden, um eine annähernd flächendeckende gleichartige Regelung für Werbeanlagen zu erhalten.

Durch diese Satzung soll erreicht werden, dass Werbeanlagen durch ihre Anordnung und Gestalt nicht aufdringlich wirken und sich harmonisch in das Stadtbild einbetten. Einerseits lässt sich die Gestaltung der Gebäudefassaden nicht allein von architektonischen Gesichtspunkten abhängig machen, weil die Bedürfnisse der Wirtschaft derartige Beschränkungen nicht zuließen. Andererseits sind Gebäude aber auch nicht grundsätzlich als Reklameträger anzusehen, auf denen Werbung nach Art und Ausmaß beliebig angebracht werden kann. Das Bestreben, sich gegen die übrigen Geschäfte abheben zu wollen, das Durchsetzen von

genormten Werbeanlagen, insbesondere im Fall von überregional wirkenden Firmen, führte ohne einschlägige Regelungen zu einem fortlaufenden Wettkampf mit ständig wachsenden und „aggressiven“ Werbeanlagen. Dabei sind die Vorteile für den einen Geschäftsbetreiber nur kurzfristiger Art und werden durch die Anpassung der Anderen rasch wieder ausgeglichen. Deshalb soll durch eine gleichwertige Regelung für Alle vielmehr eine Erhöhung der Werbewirksamkeit erreicht und das „Wettrüsten“ eingedämmt werden.

Primäres Ziel der Werbeleitsatzung ist die Sicherung der Attraktivität der Hauptgeschäftsbereiche in der Altstadt und den Einfallstraßen durch eine einheitliche Gestaltung und einen Erhalt der vorhandenen, zum Teil historischen, Baustrukturen. Es gilt insbesondere auch eine gestalterische Ruhe in den überwiegend wohngenutzten Gebieten zu wahren.

Die Satzung ist nicht dazu geeignet, Werbeanlagen aus dem Stadtbild zu unterbinden. Vielmehr soll diese Satzung dafür Sorge tragen, dass Werbeanlagen so gestaltet werden, dass sie das Stadtbild einerseits nicht stören, beeinträchtigen oder verunstalten, andererseits durch ihre Vielfalt in entsprechenden Formen zu positiver Entwicklung des Stadtbildes im Sinne einer Pflege des städtebaulichen Gesamtgefüges beitragen.

2 Anlass zur Neuauufstellung der Satzung

Nachdem die Werbeleitsatzung am 31.10.2017 ihre Rechtskraft erhalten hat, stellte sich in der Anwendung heraus, dass die bestehende Satzung unbefriedigend ist. Innerhalb der Praxis wurde deutlich, dass die Inhalte teilweise zu unbestimmt und nicht ausreichend sind, so dass ihre Rechtssicherheit nicht uneingeschränkt garantiert werden konnte.

Ein maßgebender Anlass für die jetzt erfolgte Neuauufstellung der Werbeleitsatzung bezieht sich u.a. auf die Regelung von Fremdwerbeanlagen in Mischgebieten. Ein genereller Ausschluss von Fremdwerbungen im Mischgebiet ist rechtlich nicht vertretbar.

Um die Satzung zur Steuerung und Regulierung von Werbeanlagen rechtlich sicher anwenden zu können, ist eine Neuauufstellung der Werbeleitsatzung erforderlich. Bei der Neuauufstellung ist eine Öffentlichkeitsbeteiligung durchzuführen.

3 Rechtliche Grundlagen

Die Werbeleitsatzung beruht auf der Grundlage des § 10 Abs. 1 des Niedersächsischen Kommunalverfassungsgesetzes (NKomVG) in der Fassung vom 17. Dezember 2010, zuletzt geändert durch Artikel 2 vom 20. Juni 2018 (Nds. GVBl. S.113). Weiterhin wurde die Werbeleitsatzung der Stadt Holzminden unter Berücksichtigung der Bestimmungen zu Werbeanlagen der Niedersächsischen Bauordnung in der Fassung vom 3. April 2012, zuletzt geändert am 20.05.2019 (Nds. GVBl. S. 88) aufgestellt.

Die Regelungen zu Werbeanlagen aus der Niedersächsischen Bauordnung, die als wesentliche Grundlage fungiert, sind in der vorliegenden Werbeleitsatzung explizit nicht aufgeführt worden, da diese unberührt bleiben und außerhalb dieser Satzung anzuwenden sind.

4 Inhalte der Satzung

4.1. § 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst das Gemeindegebiet der Stadt Holzminden.

Begründung:

Die Regelungen im Rahmen dieser Werbeleitsatzung betreffen das gesamte Stadtgebiet Holzmindens sowie die dazugehörigen Ortsteile. Hintergrund hierfür ist eine flächendeckende Steuerung von Werbeanlagen.

4.2. § 2 Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung ist bei Maßnahmen wie der Anbringung, der Instandsetzung sowie der Um- und Neugestaltung von Werbeanlagen anzuwenden.*
- (2) Die Regelungen zu Werbeanlagen in den auf Grundlage der NBauO erlassenen Satzungen (Örtliche Bauvorschriften) werden mit dieser Satzung aufgehoben.*
- (3) Die Anwendungen anderer gesetzlicher Bestimmungen, bleiben von den Vorschriften dieser Satzung unberührt.*

Begründung:

Die Werbeleitsatzung gilt grundsätzlich für alle Werbeanlagen, ob genehmigungspflichtig oder genehmigungsfrei. Der Ausschluss von genehmigungsfreien Werbeanlagen könnte dazu führen, dass Gewerbetreibende ausschließlich auf kleinere Anlagen zurückgreifen und diese in eine Vielzahl ausüben. Dies würde dem allgemeinen Ziel dieser Werbeleitsatzung widersprechen.

Diese Satzung überlagert Regelungen in den örtlichen Bauvorschriften von Bebauungsplänen zu Werbeanlagen, um eine einheitliche Regelung im kompletten Gemeindegebiet für Werbeanlagen zu gewährleisten.

Die Bestimmungen zu anderen gesetzlichen Bestimmungen, wie z.B. des Denkmalschutzes (NDSchG), des Bundesfernstraßengesetzes (FStrG) etc. werden durch die vorliegende Werbesatzung bewusst nicht außer Kraft gesetzt, da insbesondere der historische Altstadtkern zahlreiche Denkmäler zu verzeichnen hat, dessen besonderen Charakter es zu erhalten gilt. Der Denkmalschutz hat weiterhin Priorität, sodass bei der Errichtung von Werbeanlagen an Denkmälern die Denkmalschutzbehörde einzubinden ist. Dies gilt ebenso bei anderen gesetzlichen Bestimmungen, die gesonderte Regelungen zu Werbeanlagen haben.

4.3. § 3 Begriffe

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle Anlagen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Dienstleistungen und Waren dienen und von öffentlichen Flächen aus sichtbar sind. Hierzu zählen z.B. Schilder, Beschriftungen, Bema-
lungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, plastische Darstellungen, Banner, Transpa-
rente, Litfaßsäulen und Fensterbeklebungen. Werblich gestaltete Markisen und Son-
nenschirme werden wie Werbeanlagen behandelt.*

- (2) *Ausleger sind auskragende Werbeanlagen, deren Ansichtsflächen rechtwinklig zu der Gebäudefront stehen.*
- (3) *Stelen/Pylonen sind dauerhaft freistehende, bauliche Anlagen zum Anbringung von Werbung.*
- (4) *Eine Werbefahne ist ein mit Werbung versehener Stoff der an einer Stange befestigt ist.*

Begründung:

Unter den Begriff von Werbeanlagen fallen zahlreiche Anlagenarten, die dazu dienen in der Öffentlichkeit etwas anzupreisen. Hierbei sind sowohl ortsfeste als auch gem. der NBauO auf den Boden ruhende Anlagen gemeint. Beispielhafte Werbeanlagen sind in dem § 3 der Werbeleitsatzung aufgeführt. Diese Aufzählung ist nicht als abschließende Liste anzusehen. Explizit sind auch werblich gestaltete Markisen und Sonnenschirme benannt worden, da diese oftmals unterschiedlich beurteilt werden. Dies soll nun einheitlich für die Stadt Holzminden als Werbeanlage gesehen werden.

4.4. § 4 Allgemeine Anforderungen für den gesamten Geltungsbereich

- (1) *Werbeanlagen dürfen nicht erheblich belästigen, insbesondere nicht durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke oder Betriebsweise.*
- (2) *Die regellose Häufung von Werbeanlagen am gleichen Haus bzw. im Freiflächenbereich, die Verwendung greller Farben und überdimensionaler bildlicher Darstellungen sind unzulässig.*
- (3) *Werbeanlagen, die das Straßen- und Ortsbild beeinträchtigen, sind insbesondere an ortsbildprägenden Sichtachsen und Blickbezügen oder wesentlichen Straßenräumen unzulässig.*
- (4) *Werbeanlagen sind nach Umfang, Anordnung, Werkstoff, Farbe und Gestaltung den Bauwerken unterzuordnen und dürfen wesentliche Bauelemente (z.B. Erker, Balkone oder Gesimse) nicht verdecken oder überschneiden, sie dürfen nicht verunstaltend wirken.*
- (5) *Leuchtwerbung muss blendfrei sein. Wechsellichtanlagen und akustische Werbeanlagen sind unzulässig. Dies gilt auch für Werbeanlagen, die aus Geschäftsräumen heraus in den öffentlichen Raum hinein störend wirken.*
- (6) *Flachwerbeanlagen müssen unmittelbar an der Gebäudefassade angebracht werden.*
- (7) *Die Höhe der Unterkante eines Auslegers (lichte Durchgangshöhe) darf 2,50 m nicht unterschreiten. Der Ausleger darf eine Ausladung von 1,50 m (inkl. Befestigung) sowie eine maximal Höhe von 1,50 m nicht überschreiten. Der Abstand zwischen zwei Auslegern an einem Gebäude darf 4,00 m nicht unterschreiten (siehe Skizze in der Begründung).*
- (8) *Fensterbeklebungen, die dem Sichtschutz dienen, werden grundsätzlich nicht als Werbung angesehen.*

- (9) Fensterbeklebungen, die der Werbung dienen, sind maximal bis zu einem Bedeckungsanteil von 30% der Fensterfront zulässig.
- (10) Für die zu berechnende Werbefläche wird bei doppelseitig bedruckten Werbeanlagen, wie Stelen, Ausleger und Fahnen, nur die einfache Fläche berücksichtigt.
- (11) Die Beleuchtungsanlage einer Werbeanlage ist bei der Berechnung der zulässigen Werbeanlagenfläche nicht zu berücksichtigen.
- (12) Werbeanlagenteile, die im gestalterischen und statischen Zusammenhang mit der Werbeanlage zu sehen sind, werden zur Werbeanlage hinzugerechnet.
- (13) Werbeschriften, bestehend aus Einzelbuchstaben oder als zusammenhängende Schriftzüge sind zulässig und errechnen sich aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke (siehe Skizze in der Begründung).
- (14) Fremdwerbung bezeichnet Werbung, die nicht im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen an der Stätte der Leistung steht.

Begründung:

Innerhalb des § 4 der Satzung sind grundlegende Anforderungen gefasst worden, die für alle Werbeanlagen im gesamten Stadtgebiet gelten. Diese Allgemeinen Anforderungen beziehen sich vorwiegend auf die Ausgestaltung und Wirkung von Werbeanlagen. Hierbei soll hervor-gehen, dass Werbeanlagen sich grundsätzlich dem Straßen- und Stadtbild unterordnen sollen.

Insbesondere die willkürliche Häufung von Werbeanlagen in einem bestimmten Bereich u.a. auch an den Einfallstraßen der Stadt Holzminden soll unterbunden werden. Dies resultiert zum einen daraus, dass Werbung an Straßen oftmals den Verkehr beeinträchtigen, zum anderen entsteht eine städtebauliche Unruhe. Werbeanlagen an den Einfallstraßen sollen nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden, sondern lediglich in komprimierter und geordneter Erscheinung auftreten.



Abb. 1: ungewollter „Werbewald“
Quelle: <https://www.wikiwand.com/de/Werbung>



Abb. 2: gewollte Bündelung von Werbung
(Quelle: eigene Fotodokumentation 2018)

Neben der Lage von Werbeanlagen können Werbeanlagen auch selbst durch ihre Gestaltung Störungen herbeiführen. Massiv auffallende Werbungen z.B. durch grelle Farben, überdimensionierte Größenordnungen, starke Beleuchtung beeinträchtigen ebenso das Stadtbild. Die Beleuchtung von Werbeanlagen können auch auf die Tierwelt negative Auswirkungen haben, sodass diese naturschutzrechtlichen Belange in den allgemeinen Anforderungen zur Werbeanlagen einfließen.

Oftmals überlagern sehr auffällig gestaltet Werbeanlagen städtebaulich prägende Bauwerke, sodass deren Besonderheit unter geht und das Erscheinungsbild erheblich beeinträchtigt wird. Um dies zu umgehen, sollen auch wesentliche Bauelemente von Werbung freigehalten werden.

Die Pflicht der Anbringung von Flachwerbeanlagen an die Gebäudefassade dient der städtebaulichen Ordnung, da diese meist Großwerbeanlagen sind, die das Straßenbild städtebaulich erheblich beeinträchtigen. Die Bemaßung von Auslegern wird in allen Bereichen der Stadt gleich gesehen. Die nachfolgende Skizze verdeutlicht noch einmal, welche Maße bei Auslegern bei kommunalen Straßen im Sinne dieser Satzung gelten.

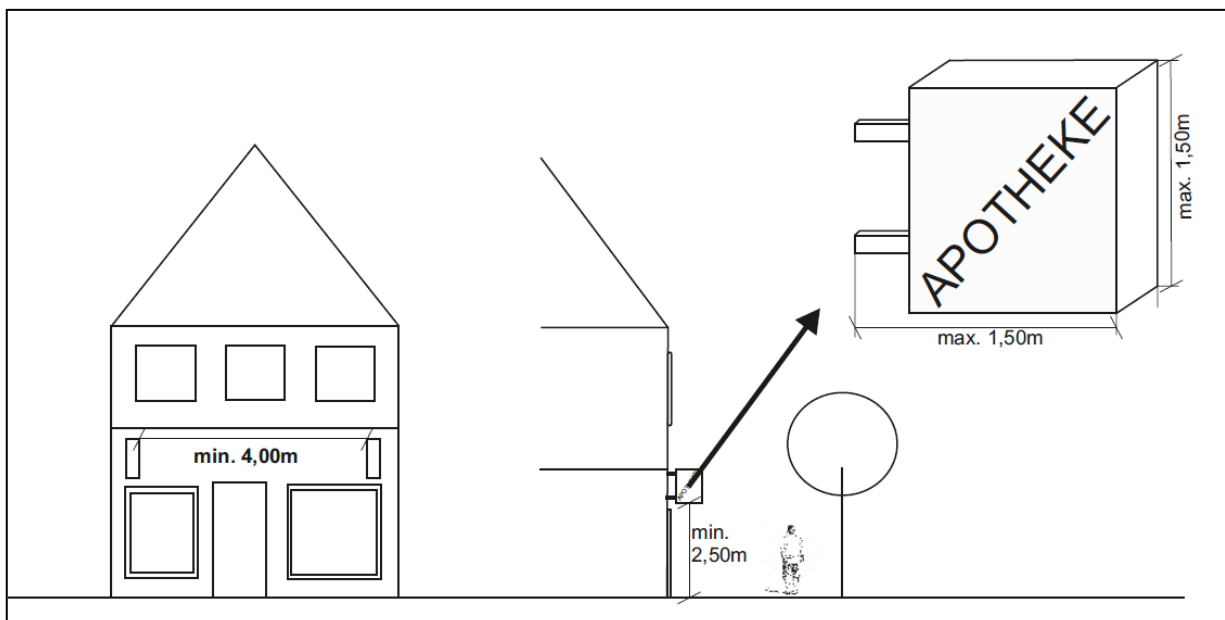


Abb. 3: Bemaßungsvorgaben für Ausleger
(Quelle: eigene Darstellung 2019)

Das Verbot von blendender Leuchtwerbung und die Festsetzung einer lichten Durchgangshöhe von Auslegern schützen den öffentlichen Raum vor negativen Einflüssen durch Werbeanlagen.

Grundsätzlich dienen die gestalterischen Beschränkungen zu Werbeanlagen unter den § 4 der Werbeleitsatzung dazu, die störende Wirkung auf den öffentlichen Raum durch Werbeanlagen zu verhindern.

Weiterhin sollen Gewerbetreibende bei der Schaufenstergestaltung ihrer Betriebe durch die Werbeleitsatzung nicht beeinträchtigt werden. Bei Fensterbeklebungen ist zu unterscheiden, ob es sich um einen reinen Sichtschutz handelt oder ob bestimmte Werbung angepriesen wird, wie z.B. die Pizza der Pizzeria. Insofern die Fensterbeklebung eine Ware oder Dienst-

leistung (Eigen- und Fremdwerbung) wirbt, ist diese bei der Gesamtwerbefläche mit anzurechnen. Um den überhandnehmenden Beklebung von Schaufenstern und dem Anschlag von Angeboten und dergleichen Einhalt zu gebieten, sind die Fensterbeklebung auf 30% der Fensterfront begrenzt worden. Auch Fensterbeklebung mit Werbung sollen sich gegenüber der Fassade unterordnen.

Bei Fensterbeklebung, die dem Sichtschutz dienen, sind keine Schriftzüge oder Bilder vorhanden, die auf ein Produkt oder die Nutzung hinweisen (siehe Abbildung 4). Diese Art von Fensterbeklebung wird bei der zulässigen Werbefläche nicht angerechnet. Insofern Schriftzüge oder Bilder an dem Fenster vorhanden sind, werden diese als Werbung angesehen. Hierbei ist es unbeachtlich, ob die Werbung von innen oder außen an die Fenster angebracht werden. Der zulässige Werbeanteil errechnen sich bei Schriftzügen, Einzelbuchstaben oder Bilder aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke (siehe Abbildung 5).



Werbung, nur der Schriftzug

Keine Werbung, dient dem Sichtschutz, aber zu grelle Farben

Abb. 4: Unterscheidung der Fensterbeklebung
(Quelle: eigene Fotodokumentation 2018)

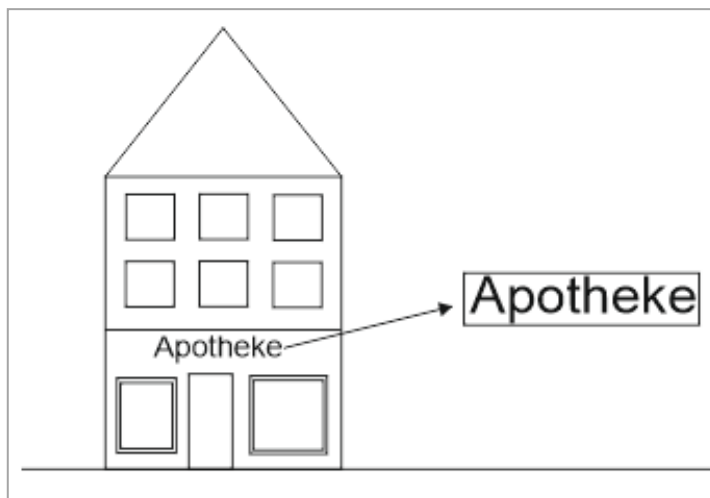


Abb. 5: Berechnung der Werbeanlage bei Schriftzügen, Einzelbuchstaben oder Bildern
(Quelle: eigene Darstellung 2019)

In der Praxis wurden statische oder gestalterische Elemente von Werbeanlagen oftmals unterschiedlich betrachtet. Die Werbeleitsatzung soll im § 4 klarstellen, dass Beleuchtungsanlagen für die Werbeanlagen nicht zur eigentlichen Werbeanlage zugerechnet werden. Dies sollen die folgenden Beispiele in den Abbildungen 6-8 verdeutlichen. Im Gegensatz dazu sind andere Elemente, die nicht der Architektur zugehörig sind, der zulässigen Gesamtfläche aller Werbeanlagen hinzuzurechnen. Dies gilt auch für die farbliche Behandlung von Bauteilen oder Bauteilflächen.



Nicht Bestandteil
der Werbung (Be-
leuchtungselement)

Abb. 6: Beispiel Werbung mit Beleuchtung (Quelle: eigene Fotodokumentation 2018)



Abb. 7: Beispiel Werbung gestalterischem Element (Quelle: eigene Fotodokumentation 2018)



Abb. 8: Beispielwerbung mit statischen Elementen (Quelle: eigene Fotodokumentation 2018)

4.5. § 5 Unzulässige Anbringungsorte

Werbeanlagen sind an Nebengebäuden und Garagen sowie Einfriedungen, Stütz- und Gartenmauern, Gebäudesockeln, Außentreppen, Fensterläden und an Geländern unzulässig.

Begründung:

Die in § 5 der Werbeleitsatzung genannten Anbringungsorte werden generell für die Anbringung von Werbeanlagen aus ästhetischen Gründen ausgeschlossen. Werbeanlagen würden sich hier negativ auf das Erscheinungsbild des Straßenraumes auswirken und dessen Attraktivität mindern. Weitere unzulässige Anbringungsorte von Werbeanlagen ergeben sich aus der NBauO.



Abb. 9: Unzulässige Anbringungsorte von Werbung (z.B. Einfriedungen)
(Quelle: https://www.aws.or.at/fileadmin/user_upload/1_Produkte/Klassische_Systeme/unbewegt_od_unbeleuchtet/3_St._Poelten_Stattersdorfer_Hauptstrasse_125b.jpg)

4.6. Einteilung in Gebietskategorien

Der Geltungsbereich dieser Satzung ist in Gebietskategorien unterteilt. Für jede einzelne Kategorie sind, bezogen auf die Gestaltung und Zulässigkeit von Werbeanlagen, genaue Festsetzungen in den Paragraphen §§ 6 – 10 beschrieben. Für Flächen die im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes liegen, sind die Gebietsausweisungen von Bebauungsplänen auf die Kategorien dieser Satzung zu übertragen.

→ **Kategorie I (Altstadt)** siehe Anhang 1

→ **Kategorie II (Wohnbauflächen oder Gemeinbedarfsfläche)**

§ 2, 3, 4, 4a, 5 BauNVO (Kleinsiedlungsgebiete, reine Wohngebiete, allgemeine Wohngebiete, besondere Wohngebiete, Dorfgebiete)

→ **Kategorie III (gemischte Bauflächen)**

§ 6, 6a, 7 BauNVO (Mischgebiete, urbane Gebiete, Kerngebiete)

→ **Kategorie IV (gewerbliche Bauflächen)**

§ 8, 9 BauNVO (Gewerbegebiete, Industriegebiete)

→ **Kategorie V (Sonderbauflächen)**

§ 10, 11 BauNVO (Sondergebiete, die der Erholung dienen; sonstige Sondergebiete)

Ähnlich der Baunutzungsverordnung, welche zulässige Nutzungen in Gebietskategorien unterteilt, wird auch die Werbeleitsatzung nach Gebietskategorien unterteilt, die die Gestaltung und die zulässigen Werbeflächen regeln. Lediglich die Altstadt erhält, als eigene Kategorie, einen Geltungsbereich (siehe Anlage 1), da eine bauliche Erweiterung der Altstadt ausgeschlossen werden kann. Zudem bedarf der Altstadt als historischer Kern der Stadt Holzminden einer besonderen Bedeutung.

Die Kategorien dieser Satzung, die an die Gebietsausweisung des Flächennutzungsplanes orientiert, unterscheiden sich in ihrem Charakter und in ihrer Nutzung. Die vorgegebenen Gebietscharaktere der BauNVO sind den einzelnen Kategorien der Satzung zugeordnet. Hierbei sind auch die Gemeinbedarfsflächen berücksichtigt worden.

Nach der unterschiedlichen historischen kulturellen und städtebaulichen Bedeutung bestimmter Bauten, Straßen, Plätze und Ortsteile sowie der Denkmale muss die Intensität der Anforderungen zu Werbeanlagen differenziert werden (Einteilung in Gebietskategorien).

In den folgenden Gebietskategorien werden die zulässigen Werbeflächen je Nutzung im Verhältnis zur dazugehörigen Gebäudefront gesehen. Mit diesem Prinzip wirkt man einem „Windhundprinzip“ entgegen, da jeder Gewerbetreibende die gleichen Voraussetzungen hat. Somit ist es auch möglich, die Werbemöglichkeit von mehreren Nutzungen auf einem Grundstück in einem Gebäude gleich zu behandeln. Ein weiterer Vorteil, der für diese Methodik spricht, liegt darin, dass für unterschiedliche Werbearten keine gesonderten Regelungen in den einzelnen Gebietskategorien getroffen werden müssen. Die Werbeflächenermittlung bezieht sich auf alle Werbearten. D.h., dass die Art der Werbung z.B. Pylon, Plakat, Aufsteller oder genehmigungspflichtig oder genehmigungsfrei bei der Flächenberechnung vernachlässigt werden kann.

4.7. § 6 Anforderungen im Bereich der Kategorie I

- (1) **Kategorie I** umfasst das Gebiet der **Altstadt**. Der Geltungsbereich der Kategorie I ist in der Anlage 1 festgesetzt.
- (2) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
- (3) Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 20% der der dazugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten.
- (4) Das Anbringen von Werbeanlagen ist im Erdgeschoss und im Brüstungsbereich des 1. Obergeschosses zulässig. Senkrecht ausgerichtete Werbeanlagen dürfen bis in das 2. Obergeschoss reichen.
- (5) Fremdwerbung ist unzulässig.
- (6) Werbestelen sind unzulässig.
- (7) Werbefahren sind unzulässig.
- (8) Ausleger sind zulässig (siehe § 4 Abs. 7 Allgemeine Anforderungen).

- (9) Von innen beleuchtete Werbeanlagen sind unzulässig. Zulässig sind angestrahlte oder hinterleuchtete lichtundurchlässige Werbeanlagen.

Begründung:

Die bauliche Situation im Bereich der Innenstadt ist durch eine dichte Bebauung gekennzeichnet. Den Läden soll auch auf engstem Raum die Möglichkeit gegeben werden, auf sich aufmerksam zu machen, ohne jedoch den öffentlichen Raum mit Werbeanlagen optisch zu überlasten. Aus diesem Grund ist Fremdwerbung in diesem Bereich ausgeschlossen. Die zulässige Werbefläche bezieht sich pro Nutzung auf die jeweilige gewerblich dazugehörige Gebäudefront, die von der öffentlichen Verkehrsfläche erfasst wird. Insofern Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, zählt für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Gebäudefront. Dabei handelt es sich um die Gebäudefront an der die Werbeanlage errichtet werden soll. Hierbei dürfen maximal 20% der Gebäudefront durch Werbeanlagen genutzt werden, um ein Überladen von Werbung in dem Bereich im Hinblick auf besondere Gebäudesubstanz zu unterbinden. Da sich die Läden direkt an der Straße befinden, sind Ausleger und Flachwerbeanlagen an den Fassaden ein gutes Erkennungsmerkmal. Daher kann auf Werbestelen verzichtet werden.

4.8. § 7 Anforderungen im Bereich der Kategorie II

- (1) **Kategorie II** umfasst alle Gebiete, die nach § 30 (gem. §§ 2, 3, 4, 4a, 5 BauNVO) oder § 34 BauGB einer **Wohnbaufläche oder einer Gemeinbedarfsfläche** entsprechen.
- (2) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
- (3) Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 40% der der dazugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten.
- (4) Werbeanlagen dürfen im Erdgeschoss und im Brüstungsbereich des 1. Obergeschosses angebracht werden.
- (5) Fremdwerbung ist unzulässig.
- (6) Werbestelen sind unzulässig.
- (7) Werbefahren sind unzulässig.
- (8) Ausleger sind zulässig (siehe § 4 Abs. 7 Allgemeine Anforderungen).
- (9) Von innen beleuchtete Werbeanlagen sind unzulässig. Zulässig sind angestrahlte oder hinterleuchtete lichtundurchlässige Werbeanlagen.

Begründung:

Ein Wohngebiet dient vorrangig dem Wohnen. Zum Schutz der Wohnnutzung werden daher Werbeanlagen in dieser Gebietskategorie eingeschränkt. Da Gemeinbedarfsflächen meist nur im geringen Maße auf Werbung angewiesen sind, werden diese ebenfalls in der Kategorie II mit aufgenommen.

Innerhalb der Kategorie sind Fremdwerbungen, Webestelen und Werbefahnen unzulässig, um die Wohnnutzung zu schützen. In Wohngebiete sind meist kleinteilige Gewerbetreibende vorzufinden, worauf hin Werbeanlagen nur in dem Bereich der Gebäudefront errichtet werden können, die nicht dem Wohnen zugeordnet werden. Dies führt dazu, dass die Werbeflächen im Wohngebiet in einem vertretbaren Bereich bleiben, ohne die Gewerbetreibenden massiv einzuschränken. Die Zulässigkeit von Werbefahnen wird zum Schutz der Wohnnutzung ausgeschlossen. Vereinsfahnen sind von dieser Regelung nicht betroffen. Insofern Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, zählt für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Gebäudefront. Dabei handelt es sich um die Gebäudefront an der die Werbeanlage errichtet werden soll.

4.9. § 8 Anforderungen im Bereich der Kategorie III

- (1) **Kategorie III** umfasst alle Gebiete, die nach § 30 (gem. §§ 6, 6a, 7 BauNVO) oder § 34 BauGB einer **gemischten Baufläche** entsprechen.
- (2) Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 60% der der dazugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten.
- (3) Werbeanlagen dürfen im Erdgeschoss und im Brüstungsbereich des 1. Obergeschosses angebracht werden. Senkrecht ausgerichtete Werbeanlagen dürfen bis zur gewerblichen Nutzung in das 2. Obergeschoss reichen.
- (4) Werbestelen sind zulässig und dürfen eine Höhe von 5,0m nicht überschreiten.
- (5) Von innen beleuchtete, angestahlte oder hinterleuchtete lichtundurchlässige Werbeanlagen sind zulässig.
- (6) Ausleger sind zulässig (siehe § 4 Abs. 7 Allgemeine Anforderungen).
- (7) Werbefahnen sind ausnahmsweise bis zur Höhe des Hauptgebäudes zulässig.
- (8) Fremdwerbung ist nur auf gewerblich genutzten Grundstücken zulässig. Die maximal zulässige Anzahl von Werbeanlagen für Fremdwerbung beschränkt sich auf eine Werbeanlage pro Grundstück. Die Werbefläche für Fremdwerbung, als Gemeinschaftsanlage, darf 2,0m² nicht überschreiten.
- (9) Einzelhandelsbetriebe, die ein gemeinsames Einkaufszentrum darstellen, müssen an einer freistehenden Werbeanlage als Gemeinschaftsanlagen werben.

Begründung:

Im Bereich, der als gemischte Bauflächen einzustufenden Gebiete darf die zulässige Fläche der Werbeanlagen aufgrund der Vielzahl der verschiedenen Nutzungen größer als in Wohngebieten sein. Da auf Flächen mit diesem Gebietscharakter mehrere Geschäfte angesiedelt sind, jedoch auch Wohnnutzungen vorhanden sind, wird die Zulässigkeit von Fremdwerbung nur auf gewerblich genutzten Grundstücken beschränkt. Oftmals kommt es in Mischgebieten vor, dass mehrere Nutzungen auf einem Grundstück sind. Die Voraussetzungen zur Errichtung von Werbeanlagen sollen je Nutzung gleich sein. Insofern Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, zählt für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Ge-

bäudefront. Dabei handelt es sich um die Gebäudefront an der die Werbeanlage errichtet werden soll. Für Fremdwerbung ist pro Grundstück nur eine Anlage zulässig, um einer massiven Häufung von Kleinwerbeschilder zu unterbinden. Dies bedeutet, dass Fremdwerbung bei mehreren Nutzungen auf einen Grundstück an einer Sammelanlage gebündelt werden müssen. Die zulässige Werbefläche für Fremdwerbung ist in die zulässige Gesamtwerbefläche von Werbeanlagen pro Nutzung einzubeziehen. Die Zulässigkeit von Werbefahren bezieht sich ausschließlich auf gewerbliche Nutzungen.

Um die Vielzahl an Werbeanlagen bei Einkaufszentren, die oftmals entlang der Erschließungsstraßen sind, zu komprimieren, sollen Einzelhandelsbetriebe, insofern sie freistehende Werbeanlagen errichten wollen, eine Gemeinschaftsanlage nutzen. Dies soll eine städtebauliche Ordnung und Ruhe insbesondere an den Einfallstraßen herbeiführen.

4.10. § 9 Anforderungen im Bereich der Kategorie IV

- (1) ***Kategorie IV** umfasst alle Gebiete, die nach § 30 (gem. §§ 8, 9 BauNVO) oder § 34 BauGB einer **gewerblichen Baufläche** entsprechen.*
- (2) *Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 80% der der dazugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront nicht überschreiten.*
- (3) *Werbeanlagen auf Bauwerken dürfen eine Gesamthöhe von 3,00m nicht überschreiten.*
- (4) *Hinweisschilder an den Einfallstraßen können zugelassen werden, wenn Betriebe bzw. die Stätte der Leistung über Nebenstraßen erschlossen oder in einem rückwärtigen Grundstücksbereich angesiedelt sind. Zudem sollen die Betriebe zusammen an einer Werbeanlage werben.*

Begründung:

In Gewerbegebieten entspricht die zulässige Werbefläche 80% der der dazugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront pro gewerbliche Einheit. Insofern Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, zählt für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Gebäudefront. Dabei handelt es sich um die Gebäudefront an der die Werbeanlage errichtet werden soll. Werbeanlagen in Gewerbegebieten haben nur geringe negative Auswirkungen auf den Städtebau, sodass die Regelungen zu Werbeanlagen in diesem Bereich weitestgehend gering gehalten wurden. Gem. der NBauO sind Werbeanlagen an der Stätte der Leistung über 10 m in Gewerbegebieten genehmigungspflichtig. Insofern höhere Werbeanlagen errichtet werden sollen, sind diese erneut zu beurteilen. Aus der Praxis ist zudem bekannt, dass Gewerbetreibende oftmals die bestehenden Flachdächer für massive Werbeanlagen nutzen. Um diese Art von Werbung zu steuern, sind Werbeanlagen auf Dächer nur bis zu einer bestimmten Höhe möglich.

Da innerhalb der Kategorie ausschließlich Gewerbe auch abseits der Einfallstraßen angesiedelt sind, ist Fremdwerbung grundsätzlich zulässig. Um den massiven „Werbewald“ entlang der Einfallstraßen zu kompensieren, sind insbesondere Hinweisschilder gebündelt an einer Anlage herzustellen. Die Möglichkeit an Einfallstraßen für Betriebe innerhalb eines Gewerbegebietes auf sich aufmerksam, soll nicht ausgeschlossen werden. Vielmehr wird beabsichtigt, die Werbeanlagen zu bündeln, um ein ruhiges Erscheinungsbild herzustellen. Hinweis-

schilder geben richtungsweisend an, wo sich der Betrieb befindet. Die Werbung von Waren oder Dienstleistungen des Gewerbes wird auf Hinweisschildern nicht gesehen.

4.11. § 10 Anforderungen im Bereich der Kategorie V

- (1) ***Kategorie V** umfasst alle Gebiete, die nach § 30 (gem. §§ 10, 11 BauNVO) oder § 34 BauGB einer **Sonderbaufläche** entsprechen.*
- (2) *Die Nutzungsfunktion des jeweiligen Sondergebietes ist für die Bestimmung der Zulässigkeit von Werbeanlagen durch die Genehmigungsbehörde nach Wohnnutzung, Mischnutzung oder gewerbliche Nutzung einzuordnen. Je nach Nutzungsfunktion im jeweiligen Sonderbaugebiet sind §§ 7, 8 oder 9 der Satzung zur Bestimmung der Zulässigkeit von Werbeanlagen anzuwenden.*

Begründung:

Da Sondergebiete unterschiedliche Nutzungen (z.B. Krankenhaus, großflächiger Einzelhandel, Pflegeheime) beinhalten können sind keine allgemeinen Regelungen für diese Kategorie getroffen worden. Daher ist die tatsächliche Nutzung dieser Flächen und deren umliegender Gebietscharakter zu untersuchen und anschließend die Zulässigkeit nach §§ 7, 8 oder 9 der Satzung für das jeweilige Sonderbaugebiet zu prüfen. Die entsprechenden Regelungen sind für den Einzelfall anzuwenden. Beispielsweise können durch Bebauungspläne Sondergebiete mit der Zweckbestimmung „Seniorenheim“ festgesetzt werden. Diese Art der Sondergebietsfestsetzung dient im Besonderen der Wohnnutzung, sodass für diesen Fall Werbeanlagen gem. § 7 der Satzung greift. Sondergebiete die für großflächige Einzelhandelsbetriebe festgesetzt sind, sind gem. der Werbeleitsatzung nach dem § 9 zu beurteilen, da sie wie ein Gewerbegebiet zu sehen sind.

4.12. § 11 Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung abweichende Werbeanlagen können zugelassen werden, wenn dies städtebaulich vertretbar ist und wenn die Einhaltung der Vorschriften dieser Satzung zu einer unbilligen Härte führen würde.

Begründung:

Dieser Paragraph sieht vor, Werbeanlagen in einer besonderen Situation oder in einem besonderen Gebiet zu genehmigen, auch wenn sie nach den Paragraphen 6 - 10 dieser Satzung unzulässig sind. Damit soll verhindert werden, dass in Einzelfällen eine unbillige Härte entsteht, die einem Gewerbebetrieb benachteiligen würde.

4.13. § 12 Ordnungswidrigkeiten

- (1) *Ordnungswidrig handelt gem. § 80 Abs. 3 der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO) in der zzt. gültigen Fassung, wer vorsätzlich oder fahrlässig den Inhalten dieser Satzung zuwider handelt.*
- (2) *Ordnungswidrigkeiten können gem. § 80 Abs. 5 der Niedersächsischen Bauordnung mit einer Geldbuße bis zu 500.000 Euro geahndet werden.*

Begründung:

Um die Zielrichtung zur Gestaltung von Werbeanlagen zu verwirklichen, werden mit der Werbeleitsatzungen verschiedene Regelungen getroffen. Sollten die jeweiligen Bestimmungen der Satzung nicht eingehalten werden, sind entsprechende Ordnungswidrigkeiten gegen Bauherren zu verhängen. Bereits die Einreichung fehlerhafter Bauantragsunterlagen begründet in einigen Fällen die Einleitung eines Ordnungswidrigkeitsverfahrens. Die Überwachung der Einhaltung der Bestimmungen der Werbeleitsatzung obliegt dem zuständigen Bauordnungsamt.

Verfahrensvermerke

Aufstellungsbeschluss Diese Werbeleitsatzung ist gem. § 2 Abs. 1 BauGB durch Beschluss des Verwaltungsausschusses der Stadt Holzminden vom _____. aufgestellt worden. Der Beschluss wurde am _____. ortsüblich bekannt gemacht. Holzminden, den Der Bürgermeister	Satzungsbeschluss Die Werbeleitsatzung sowie die Begründung wurden vom Rat der Stadt Holzminden am 03.03.2020 beschlossen. (Satzungsbeschluss) Holzminden, den 11.03.2020 Der Bürgermeister gez. Jürgen Daul D.S.
Öffentliche Auslegung Die Werbeleitsatzung sowie die Begründung hat gem. § 3 Abs. 2 BauGB in der Zeit vom 05.11.2019 bis einschließlich 06.12.2019 öffentlich ausgelegen. Die öffentliche Auslegung wurde am 24.10.2019 ortsüblich bekannt gemacht. Holzminden, den 11.03.2020 Der Bürgermeister gez. Jürgen Daul D.S.	Inkrafttreten Die Werbeleitsatzung wurde am _____. bekannt gemacht. Die Werbeleitsatzung ist ab dem _____. rechtskräftig und liegt ab dem _____. auf Dauer öffentlich aus. Holzminden, den Der Bürgermeister
Planunterlage Die Kartengrundlage ist mit Genehmigung des Landesamtes für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen, Katasteramt Holzminden vom _____. Kontrollnummer ____-/____ vervielfältigt worden. Holzminden, den Der Bebauungsplan besteht aus: Begründung und Planteil	Genehmigung Diese Planänderung ist gem. § 6 BauGB mit Verfügung vom _____. des Landkreises Holzminden genehmigt worden. Az.: _____ Holzminden, den Landkreis Holzminden Die Landrätin
Planverfasser Die Werbeleitsatzung wurde vom Fachbereich Stadtentwicklung und Verkehr der Stadt Holzminden ausgearbeitet. Holzminden, den 10.03.2020 Fachbereich Stadtentwicklung und Verkehr gez. Jessica Wolf D.S.	Verletzung von Verfahrens- und Formvorschriften Innerhalb von 1 Jahr nach Wirksamwerden der Werbeleitsatzung ist die Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften sowie Mängel des Abwägungsvorganges beim Zustandekommen der Werbeleitsatzung nicht geltend gemacht worden. Holzminden, den Der Bürgermeister

Abwägung der Stellungnahmen im Rahmen der Beteiligung der Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 2 BauGB im Aufstellungsverfahren der Werbeleitsatzung

Anschreiben vom 04.11.2019

Folgende Träger Öffentlicher Belange haben sich gemeldet und keine Hinweise oder Anregungen vorgebracht:

1. Innere Dienste und Service, Stadt Holzminden, Schreiben vom 04.11.2019
2. Schulamt, Stadt Holzminden, Schreiben vom 04.11.2019
3. Amt für regionale Landesentwicklung Leine-Weser, Hildesheim, Schreiben vom 05.11.2019
4. Avacon Netz GmbH, Salzgitter, Schreiben vom 05.11.2019
5. Gleichstellungsbeauftragte, Stadt Holzminden, Schreiben vom 05.11.2019
6. Staatliches Gewerbeaufsichtsamt Hildesheim, Hildesheim, Schreiben vom 07.11.2019
7. Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt, Hann.Münden, Schreiben vom 13.11.2019
8. Landkreis Northeim, Northeim, Schreiben vom 14.11.2019
9. Vodafone Kabel Deutschland GmbH, Langenhagen, Schreiben vom 14.11.2019
10. Ericsson Services GmbH, Düsseldorf, Schreiben vom 21.11.2019
11. Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Hannover, Schreiben vom 28.11.2019

Folgende Träger Öffentlicher Belange haben sich gemeldet und Hinweise oder Anregungen vorgebracht:

12. DB AG, DB Immobilien, Hamburg, Schreiben vom 12.11.2019
13. Telefónica Germany, Nürnberg, Schreiben vom 22.11.2019
14. Rechtsamt, Stadt Holzminden, Holzminden, Schreiben vom 26.11.2019
15. Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN), Holzminden, Schreiben vom 27.11.2019
16. Landesbehörde für Straßenbau und Verkehr, Hameln, Schreiben vom 04.12.2019
17. Landkreis Holzminden, Holzminden, Schreiben vom 06.12.2019
18. Stadt Höxter, Höxter, Schreiben vom 08.01.2020 (verspätete Stellungnahme!)

Nr.	Stellungnahme/ Anregung	Abwägungsempfehlung / Beschlussvorschlag	Beschluss
1	Innere Dienste und Service, Schreiben vom 04.11.2019 „Keine Bedenken.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
2	Schulamt, Schreiben vom 04.11.2019 „...seitens des Schulamtes bestehen keine Bedenken.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
3	Amt für regionale Landesentwicklung Leine-Weser, Schreiben vom 05.11.2019 „...die von mir zu vertretenden Belange sind von dem oben genannten Verfahren nicht betroffen. Bitte verzichten Sie auf eine weitere Beteiligung meiner Behörde an diesem Verfahren.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
4	Avacon Netz GmbH, Schreiben vom 05.11.2019 „Im Anfragebereich befinden sich keine Versorgungsanlagen von Avacon Netz GmbH/Purena GmbH/WEVG GmbH & Co KG. Bitte beachten Sie, dass die Markierungen dem Auskunftsbereich entspricht und dieser einzuhalten ist. 37603 Holzminden OT Holzminden Gesamtanzahl Pläne: 0 Achtung: Im o.g. Auskunftsbereich können Versorgungsanlagen liegen, die nicht in der Rechtsträgerschaft der oben aufgeführten Unternehmen liegen.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
5	Gleichstellungsbeauftragte, Schreiben vom 05.11.2019 „keine Bedenken meinerseits.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	

6	Staatliches Gewerbeaufsichtsamt Hildesheim, Schreiben vom 07.11.2019 „...aus der Sicht der von hier zu vertretenden Belange werden weder Bedenken noch Anregungen bzgl. o.a. Vorhaben vorgetragen.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
7	Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt, Schreiben vom 13.11.2019 „...gegen das Verfahren bestehen von hier keine Bedenken, da die Erfordernisse der von der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung wahrzunehmenden Aufgaben, insbesondere des Betriebs und der Unterhaltung der Bundeswasserstraßen, des Betriebs der Schifffahrtsanlagen sowie des Wasserstraßenverkehrs nicht berührt werden. Sollten Anlagen an der in der Bundeswasserstraße errichtet werden, so bedürfen sie einer strom- und Schifffahrtspolizeilichen Genehmigung.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
8	Landkreis Northeim, Schreiben vom 14.11.2019 „...zu der o.g. Planung habe ich als Träger öffentlicher Belange keine weiteren Anregungen oder Hinweise vorzutragen. Ich bedanke mich für die Beteiligung im Planverfahren.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
9	Vodafone Kabel Deutschland GmbH, Schreiben vom 14.11.2019 „...wir bedanken uns für Ihr Schreiben vom 14.11.2019. Wir teilen Ihnen mit, dass die Vodafone GmbH/Vodafone Kabel Deutschland GmbH gegen die von Ihnen geplante Maßnahme keine Einwände geltend macht. In Ihrem Planbereich befinden sich Telekommunikationsanlagen unsers Unternehmens. Bei objektkonkreten Bauvorhaben im Plangebiet werden		

	wir dazu eine Stellungnahme mit entsprechender Auskunft über unseren vorhandenen Leitungsbestand abgeben. Weiterführende Dokumente: • Kabelschutzanweisung Vodafone • Kabelschutzanweisung Vodafone Kabel Deutschland • Zeichenerklärung Vodafone • Zeichenerklärung Vodafone Kabel Deutschland	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
10	Ericsson Services GmbH, Schreiben vom 21.11.2019 „...die Firma Ericsson hat in Bezug auf ihr Richtfunknetz keine Einwände gegen die von Ihnen geplante(n) Maßnahme(n). Bitte berücksichtigen sie, dass diese Stellungnahme nur für Richtfunkverbindungen des Ericsson – Netzes gilt. Bitte beziehen Sie, falls nicht schon geschehen, die Deutsche Telekom, in Ihre Anfrage ein. Richten Sie diese Anfrage bitte an: Deutsche Telekom Technik GmbH Ziegelleite 2-4 95448 Bayreuth richtfunk-trassenauskunft-dttgmbh@telekom.de Von weiteren Anfragen bitten wir abzusehen. Falls möglich, richten Sie doch bitte in Zukunft Ihre „Bitte um Stellungnahme“ ausschließlich per Mail an: bauleitplanung@ericsson.com“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
11	Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Schreiben vom 28.11.2019 „...zu der o.a. Satzung werden aus landwirtschaftlich fachlicher Sicht keine Bedenken und Anregungen vorgetragen.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
12	DB AG, DB Immobilien, Schreiben vom 12.11.2019 „...die DB AG, DB Immobilien, als		

	von der DB Netz AG bevollmächtigtes Unternehmen, übersendet Ihnen hiermit folgende Gesamtstellungnahme zum o.g. Vorhaben. <u>Aus Sicht der DB AG und ihrer Konzernunternehmen bestehen bei Beachtung und Einhaltung der nachfolgenden Bedingungen / Auflagen und Hinweise keine Bedenken.</u> Durch das Vorhaben dürfen die Sicherheit und die Leichtigkeit des Eisenbahnverkehrs auf der angrenzenden Bahnstrecke nicht gefährdet oder gestört werden. Bei Planung von Lichtzeichen und Beleuchtungsanlagen (z.B. Leuchtwerbung aller Art etc.) in der Nähe der Gleise oder von Bahnübergängen etc. ist sicherzustellen, dass Blendungen der Triebfahrzeugführer ausgeschlossen sind und Verfälschungen, Überdeckungen und Vortäuschungen von Signalbildern nicht vorkommen. Die Funktion des Bahnkörpers, des Oberbaus und der Kabeltrassen darf durch Werbeanlagen nicht beeinträchtigt werden. Zudem sind Werbeanlagen so zu errichten, dass die Funktion der Tiefenentwässerung und von Durchlässen nicht beeinträchtigt werden. Bei Aufstellung von Werbeanlagen sind die Grenzabstände gemäß § 6 NBauO einzuhalten. Für Werbeanlagen auf Bahngelände ist die Firma Ströer DERG Media GmbH deutschlandweit zuständig. Die Aufstellung von Werbeanlagen auf Bahngrund erfordert zudem eine Genehmigung der DB AG.	Gemäß § 4 Abs. 1 der Werbeleitsatzung (Allgemeine Anforderungen) dürfen Werbeanlagen nicht erheblich durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke oder Betriebsweise belästigen. Eine Störung von Werbeanlagen darf grundsätzlich nicht erzeugt werden. § 4 Abs. 5 der Werbeanlagen bezieht sich auf Leuchtwerbung, die blendfrei sein muss. Dies zielt ebenfalls auf Werbeanlagen ab, die in der Nähe von oder auf Bahnanlagen errichtet werden sollen. Insofern Werbeanlagen in der Nähe von oder auf Bahnanlagen selbst errichtet werden sollten, ist im Baugenehmigungsverfahren die Deutsche Bahn AG entsprechend zu beteiligen. Im sachlichen Geltungsbereich der Satzung wird nochmals auf andere gesetzliche Bestimmungen und deren Gültigkeit eingegangen. Dies beinhaltet auch die Anforderungen an Werbeanlagen seitens der DB AG. Die Berücksichtigung von Grenzabständen für Werbeanlagen ist ebenfalls im Baugenehmigungsverfahren abzuarbeiten. <u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
13	Telefónica Germany, Schreiben vom 22.11.2019 „...aus Sicht der Telefonica Germany GmbH & Co. OHG sind nach den einschlägigen raumordnerischen Grundsätzen die folgenden Belange bei der weiteren Planung zu berücksichtigen, um erhebliche Störungen bereits vorhandener Telekommunikationslinien zu vermeiden: – durch das Plangebiet führen zwei		

	Richtfunkverbindungen hindurch Zur besseren Visualisierung erhalten Sie beigefügt zur E-Mail ein digitales Bild, welches den Verlauf unsere Punkt-zu-Punkt-Richtfunkverbindung verdeutlichen sollen. Die farbige Linie versteht sich als Punkt-zu-Punkt-Richtfunkverbindung der Telefonica Germany GmbH & Co. OHG. Das Plangebiet ist im Bild mit einer dicken roten Linie eingezeichnet. Man kann sich diese Telekommunikationslinie als einen horizontal über der Landschaft verlaufenden Zylinder mit einem Durchmesser von rund 40-60m (einschließlich der Schutzbereiche) vorstellen (abhängig von verschiedenen Parametern). Bitte beachten Sie zur Veranschaulichung die beiliegenden Skizzen mit Einzeichnung des Trassenverlaufes. Alle geplanten Konstruktionen und notwendige Baukräne dürfen nicht in die Richtfunktrasse ragen. Wir bitten um Berücksichtigung und Übernahme der o.g. Richtfunktrasse in die Vorplanung und in die zukünftige Bauleitplanung bzw. den zukünftigen Flächennutzungsplan. Innerhalb der Schutzbereiche (horizontal und vertikal) sind entsprechende Bauhöhenbeschränkungen festzusetzen, damit die raumbedeutsame Richtfunkstrecke nicht beeinträchtigt wird. Es muss daher ein horizontaler Schutzkorridor zur Mittellinie der Richtfunkstrahlen von mindestens +/- 30 m und ein vertikaler Schutzabstand zur Mittellinie von mindestens +/-20m eingehalten werden. Wir bitten um Berücksichtigung und Übernahme der o.g. Richtfunktrassen einschließlich der geschilderten Schutzbereiche in die Vorplanung und in die zukünftige Bauleitplanung bzw. den zukünftigen Flächennutzungsplan. Innerhalb der Schutzbereiche (horizontal und vertikal) sind entsprechende Bauhöhenbeschränkungen festzusetzen, damit die raumbedeutsamen Richtfunkstrecken nicht beeinträchtigt werden. Sollten sich noch Änderungen in der Planung / Planungsflächen ergeben,	Aus planerischer Sicht stehen die hier angeführten Belange nicht gegen die beabsichtigte Satzung zur Gestaltung und Zulässigkeit von Werbeanlagen, da Werbeanlagen in dem Bereich der Innenstadt Holzmindens die bestehenden Richtfunktrassen nicht beeinträchtigt werden. Eine Höhenbeschränkung ist hierbei nicht erforderlich.	
--	--	--	--

	so würden wir Sie bitten uns die geänderten Unterlagen zur Verfügung zu stellen, da mit eine erneute Überprüfung erfolgen kann.“	<u>Beschlussvorschlag</u> -entfällt-	
--	--	--	--

14	Rechtsamt, Schreiben vom 26.11.2019 „...seitens des Rechtsamtes bestehen zum derzeitigen Stand keine grundsätzlichen Bedenken. Anmerkungen – vorwiegend redaktioneller Art – entnehmen Sie bitte dem beigefügten Dokument: 1. Im Satzungstext unter § 2 Abs. 3 sollte es „des Bundesfernstraßengesetzes“ heißen. 2. In der Begründung zur Werbeleitsatzung sollte unter 4.3 (§ 3 Begriffe) im ersten Satz des Absatzes 1 zwischen den Begriffen „Waren“ und „von“ die Worte „dienen“ und eingefügt werden, so dass es – wie im Satzungstext – unter § 3 (1) heißt: Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle Anlagen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Dienstleistungen und Waren <u>dienen und</u> von öffentlichen Flächen aus sichtbar sind. 3. Im Satzungstext unter § 4 Abs. 3 empfiehlt es sich, hinter „beeinträchtigen“ ein Komma einzusetzen und an „ortsprägende“ ein –n anzufügen, so dass es heißt: Werbeanlagen, die das Straßen- und Ortsbild beeinträchtigen, sind insbesondere an ortbildprägenden <u>Sichtachsen</u> und Blickbezügen oder wesentlichen Straßenräumen unzulässig. 4. Im Satzungstext unter § 4 Abs. 10 sollte hinter dem Wort „Fahnen“ ein Komma eingefügt werden, da dies die Aufzählung abschließen würde. 5. Im Satzungstext unter § 4 Abs. 13 fehlt zwischen „der“ und „ein-	Die Anregungen in redaktioneller Hinsicht werden zur Kenntnis genommen und entsprechend in der Satzung und der Begründung geändert. Teilweise handelt es sich hierbei auch um Klarstellungen. Eine erneute öffentliche Auslegung ist hierbei nicht erforderlich, da die Grundzüge der Werbeleitsatzung nicht verändert werden.	
-----------	--	---	--

	zelen“ ein „die“ für die bessere Lesbarkeit. Es wird vorgeschlagen zu formulieren: (...) und errechnen sich aus der Summe der <u>die</u> einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke (...) 6. § 6 Abs. 3 des Satzungstextes ist nicht verständlich. Es wird das Einfügen eines „der“ vor „öffentlichen“ und das Anfügen eines –n an „zugewandte“ empfohlen, so dass der Absatz wie folgt lautet: Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 20% der <u>der</u> zugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche <u>zugewandten</u> Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten. 7. In § 6 Abs. 8 des Satzungstextes wird in Klammern auf „§ 4 Abs. 8 Allgemeine Anforderungen“ verwiesen. Soweit dies ersichtlich ist, ist jedoch auf § 4 Abs. 7 zu verweisen, in dem die Anforderungen für Ausleger aufgeführt sind. 8. In der Begründung zu § 6 heißt es, dass sofern ein Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Gebäudefront zählt. Nicht erkennbar ist, welche Seite denn zählen soll. Muss das hier bereits „bestimmt“ werden? Unter Umständen bestehen Größenunterschiede (schmale Front und lange Seite). Welche Seite zählt dann? Die größere, die kleinere oder die Seite, wo der Eingang zum Gewerbebetrieb ist? Oder die Seite, an der die Werbung angebracht werden soll? Welche Rolle spielt die Erschließungsstraße bei der Festlegung, welche Gebäudefront zählt? 9. Unter § 7 Abs. 3 wird das Einfü-	Zur Klarstellung wird in der Begründung die betroffene Gebäudefront näher erläutert.	
--	--	---	--

	gen eines „der“ vor „öffentlichen“ und das Anfügen eines –n an „zugewandte“ empfohlen, so dass der Absatz wie folgt lautet: Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 40% der <u>der</u> zugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche <u>zugewandten</u> Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten. 10. Auch in § 7 Abs. 8 wird im Hinblick auf die Anforderungen an Werbeausleger auf „§ 4 Abs. 8 Allgemeine Anforderungen“ verwiesen. Im aktuellen Satzungstext befinden sich die Ausführungen zu den Auslegern jedoch unter § 4 Abs. 7 11. Am Ende der Begründung zu § 7 heißt es – ebenso wie in der Begründung zu § 6 -, dass sofern ein Gebäude von mehreren öffentlichen Straßen erschlossen ist, für die Zulässigkeit von Werbeanlagen nur eine Gebäudefront zähle. Nicht erkennbar ist, welche Seite dann zählen soll. Siehe o.g. Ausführungen. Gleiches gilt im Übrigen für die Begründung zu § 8 und § 9 der Satzung. 12. Formulierungsvorschlag für § 8 Abs. 2 (siehe bereits unter Ziff. 6. und Ziff. 9.): Die Gesamtfläche der Werbeanlagen darf je Nutzung 60% der <u>der</u> zugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche <u>zugewandten</u> Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten. 13. In § 8 Abs. 6 erfolgt erneut der Verweis auf § 4 Abs. 8 Allgemeine Anforderungen. Gemeint ist wohl auch hier § 4 Abs. 7 des Satzungstextes. 14. Formulierungsvorschlag für § 9 Abs. 2 (siehe bereits unter Ziff. 6., 9. und 12.): Die Gesamtfläche der Werbean-	
--	---	--

	lagen darf je Nutzung 80% der <u>der</u> zugehörigen öffentlichen Verkehrsfläche zugewandten Gebäudefront, die nicht dem Wohnen zugeordnet ist, nicht überschreiten. 15. In der Begründung zu § 9 heißt es: „In Gewerbegebieten entspricht die zulässige Werbefläche 80% der Gebäudefront der genutzten gewerblichen Einheit.“ Hier wird – anders als im Satzungstext – kein Bezug auf die Zugehörigkeit zur öffentlichen Verkehrsfläche genommen. 16. Lediglich der Ordnung halber wird darauf hingewiesen, dass die Angaben zu den Rechtsgrundlagen der Werbeleitsatzung in der Präambel ggf. noch angepasst bzw. aktualisiert werden sollten.“	<u>Beschlussvorschlag</u> Den Anregungen wird gefolgt, bedarf aber keiner erneuten öffentlichen Auslegung aufgrund von redaktionellen Änderungen.	wie Beschluss- vorschlag
15	Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN), Schreiben vom 27.11.2019 „...im Rahmen des Beteiligungsverfahrens gebe ich folgende Anmerkungen: Bei der öffentlichen Wiedergabe, Verbreitung oder Präsentation der Geodaten des LGLN sind gemäß der „Allgemeinen Geschäfts- und Nutzungsbedingungen (AGNB) des Landesamtes für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen deutlich sichtbare Quellenvermerke (s. Absatz 4.3) anzubringen. Bei dem Dokument: • „Werbeleitsatzung“ Anlage I Bitte ich den Quellenvermerk gemäß der AGNB umzugestalten.“	Die Anregung wird zur Kenntnis genommen. Die Anlage I der Werbeleitsatzung wird entsprechen des Quellvermerks geändert und wird Bestandteil des Satzungsbeschlusses. Es handelt sich hierbei um eine redaktionelle Änderung, die keine erneute öffentliche Auslegung auslöst. <u>Beschlussvorschlag</u> Der Anregung wird gefolgt. Eine erneute öffentliche Auslegung ist nicht erforderlich.	wie Beschluss- vorschlag
16	Landesbehörde für Straßenbau und Verkehr, Schreiben vom 04.12.2019 „...nach Durchsicht der Unterlagen		

	nehme ich für die Straßenbauverwaltung in Zuständigkeit für die Bundesstraßen und Landesstraßen in Ihrem Gemeindegebiet nachfolgend Stellung: In § 2 „Sachlicher Geltungsbereich“ wird bereits Bezug auf das Bundesfernstraßengesetz (FStrG) genommen. Dies gilt aber ausschließlich für die Bundesstraßen. Für die Landesstraßen gilt das Niedersächsische Straßengesetz (NStrG) mit seinen Bestimmungen zu Straßenbaulast, Hoheitsverwaltung, Straßennutzung usw. sowie den damit zusammenhängenden Regelungen, Pflichten und Aufgaben und sollte entsprechend mit aufgeführt werden. Die Nennung der Straßenverkehrsordnung mit ihren Ausführungsbestimmungen an dieser Stelle wäre aus meiner Sicht ebenfalls durchaus anzudenken! In § 4, Nr. 7 der Satzung wird ausschließlich (vermutlich exemplarisch und aufgrund der bisherigen Erfahrungen) Bezug auf die freizuhaltende lichte Höhe von Gehwegen genommen. Diese Regelung ist für den öffentlichen Raum von Straßen im Rahmen einer Satzung nicht ausreichend und kann in dieser Form sogar zu Fehlinterpretationen führen. Hier ist die grundsätzliche Freihaltung der Lichtraumprofile der Fahrbahnen und seitlichen Wege der Straßen von eminenter Bedeutung und ist zur Sicherstellung des nichteingeschränkten widmungsgemäßen Gemeingebrauchs mit in die Satzung aufzunehmen. Die Abmessungen der Lichtraumprofile richten sich in Ortsdurchfahrten nach den Richtlinien für die Anlage von Stadtstraßen (RASt), Kapitel 4.1 und auf der freien Strecke nach den Richtlinien für die Anlage von Landstraßen (RAL), Kapitel 4.1 und 4.2. Diese Unterlagen könnten auch in einer Art „Handreichung“ für die Ausführenden durch die Stadt zusammengestellt werden. Ansonsten bestehen keine weiteren Bedenken gegen die oder Anregun-	Die Anregungen werden zur Kenntnis genommen. Andere gesetzliche Bestimmungen sind unabhängig der Werbeleitsatzung zu berücksichtigen, da deren Gültigkeit gem. § 2 Abs. 3 der Satzung regelt ist. Der Satzungstext wurde verallgemeinert, sodass alle anderen gesetzlichen Bestimmungen von dieser Satzung nicht außer Kraft gesetzt werden. Dies schließt nun das FStrG, das NStrG als auch die Straßenverkehrsordnung ein. Die Anmerkung wurde zur Kenntnis genommen. Die Festlegung der Höhe der Ausleger (Durchgangshöhe) bezieht sich lediglich auf die Bereich der Gehwege (Stadtstraßen der Kommune). Aufgrund der Einschränkung hinsichtlich der Breite von Auslegern wird keine Beeinträchtigung hinsichtlich des Straßenraumes gesehen. Lediglich bei Landesstraßen können Werbeanlagen in den öffentlichen Raum von Straßen hineinragen. Ist dies der Fall wird im Baugenehmigungsverfahren die zuständige Straßenbehörde beteiligt. Die gelten Richtlinien bleiben wie andere gesetzliche Bestimmungen von der Werbeleitsatzung unberührt.	
--	---	--	--

	gen zur Werbeleitsatzung. Deren Ziele werden auch von hieraus ausdrücklich begrüßt! Die Beteiligungsunterlagen habe ich ausschließlich zur Kenntnisnahme und zum besseren Verständnis der unter cc beteiligten Personen wieder angefügt.“	<u>Beschlussvorschlag</u> Den Anregungen wird hinsichtlich anderer gesetzlichen Bestimmungen teilweise gefolgt.	wie Beschlussvorschlag
17	Landkreis Holzminden, Schreiben vom 06.12.2019 „...die Untere Naturschutzbehörde des Landkreises Holzminden gibt folgende Hinweise zum Entwurf der Werbeleitsatzung der Stadt Holzminden: Viele Tiere haben sich im Laufe der Evolution an den Tag-Nacht-Wechsel angepasst. So gibt es tagaktive und nachtaktive Tiere, die ihr Verhalten der jeweiligen Umgebungsleuchtdichte anpassen. Durch die ständig ansteigende Zahl von künstlichen Lichtquellen ist in den letzten Jahrzehnten für viele Tierarten eine gravierende, meist negative, Änderung ihrer jeweiligen Umwelt eingetreten. Für viele Insekten sind Lichtquellen direkt (Verbrennen) oder indirekt (Verhungern, Erschöpfung, leichte Beute) Todesfallen. Die große Zahl der Individuenverluste kann zu einer Dezimierung der Populationen von nachtaktiven Insekten in der Umgebung der Lichtquelle führen. Dies wiederum kann dann weitgehende Auswirkungen auf die Artenvielfalt (z.B. Nahrungsketten, Blütenbestäubung) haben. Vor diesem Hintergrund bitte ich zu prüfen, ob Auflagen zum Schutz von Insekten (u. ggfs. Vögeln) insbesondere bei größeren beleuchteten Werbetafeln und bei Werbeeinrichtungen auf Bauwerken grundsätzlich und im Besonderen bei den Kategorien IV und V der geplanten Satzung aufgenommen werden können. Um unerwünschte Wirkungen auf	Die Anregungen werden zur Kenntnis genommen. Gem. § 4 Abs. 1 dürfen Werbeanlagen hinsichtlich der Lichtstärke nicht erheblich belästigen. Darunter ist zu verstehen, dass Werbeanlagen auch insbesondere durch ihre Beleuchtung keine Störungen hervorrufen dürfen. Dies trifft auch auf die Tierwelt zu. Zur Klarstellung wird die Begründung unter § 4 Abs. 1 auch auf die naturschutzrechtlichen Belange ergänzt.	

	Insekten zu vermeiden oder zu minimieren, sind z. B. die folgenden Maßnahmen geeignet (s. "Hinweise zur Messung, Beurteilung und Minderung von Lichtemissionen" der Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft für Immissionsschutz (LAI)): 1. Lichtlenkung ausschließlich in die Bereiche, die künstlich beleuchtet werden müssen, 2. Wahl von Lichtquellen mit für Insekten wirkungsarmen Spektrum, 3. Verwendung von vollständig geschlossenen staubdichten Leuchten, 4. Begrenzung der Betriebsdauer auf die notwendige Zeit. Zur Werbeleitsatzung werden vom Landkreis über die Stellungnahme der UNB hinaus keine weiteren Hinweise oder Anregungen gegeben.“	Beschlussvorschlag Der Anregung wird gefolgt. Die Begründung wurde zur Klarstellung ergänzt.	wie Beschlussvorschlag
18	Stadt Höxter, Schreiben vom 08.01.2020 (verspätete Stellungnahme!) „...die Werbeleitsatzung der Stadt Holzminden berührt die Belange der Stadt Höxter soweit in ihr Werbeanlagen nicht ausgeschlossen werden, die mit ihrer Größe und Ausprägung eine Fernwirkung bis in das Stadtgebiet Höxter insbesondere in die nächstgelegenen Ortschaften Lüchtlingen und Stahle entfalten können. Dies betrifft die Regelungen in den Gewerbe- und Industriegebieten der geplanten Kategorie IV sowie den gleichgesetzten Sondergebieten mit einer gewerbenahen Nutzungsausprägung der geplanten Kategorie V. In beiden Gebietskategorien werden im Satzungsentwurf Werbestelen in unbegrenzter Höhe und übrige Werbeanlagen bis zu 3 m Höhe auch auf hohen Gebäuden vorgesehen. Hierdurch würden Werbeanlagen zugelassen, die den Siedlungsbestand deutlich überragen und das Landschaftsbild des gemeinsamen Landschaftsraums beeinträchtigen können. Ich weise in diesem Zusammenhang auch auf	Die Anregungen und Bedenken werden zur Kenntnis genommen. Die Gestaltung von Werbeanlagen ist auf gewerblichen Nutzflächen großzügig gestaltet worden, da davon ausgegangen wird, dass von diesen Anlagen nur geringe negative Auswirkungen auf die Stadtgestalt einhergehen. Die Werbeleitsatzung setzt andere Belange und gesetzliche Regelungen nicht außer Kraft. Gem. der NBauO sind Werbeanlagen in Gewerbe- und Industriegebieten an der Stätte der	

	die historische Sichtachse des Welterbes Corvey hin, die vom Großen Everstein in Richtung des karolingischen Westwerks Corvey über das Siedlungsgebiet der Stadt Holzminden verläuft wie im Flächennutzungsplan der Stadt Holzminden gekennzeichnet. Abgesehen davon erscheint der Maximalflächenwert von 80% der verkehrsflächenseitigen Fassaden angesichts der in Gewerbe- und Industriegebieten zum Teil sehr großen Fassadenflächen zu hoch angesetzt. Deutlich wird das beispielsweise bei dem wesernahen Gewerbegebiet mit dem Getreidespeicher und den benachbarten Hallengebäuden mit ihren beträchtlichen Fassadenflächen. Ich rege daher an, Werbeanlagen in den Gebieten der Kategorie IV bzw. V in der Höhe zumindest soweit zu begrenzen, dass die Traufe der Bebauung in der jeweiligen näheren Umgebung höhenmäßig nicht überschritten wird. Ferner rege ich an, den Maximalflächenanteil für Werbeanlagen an der jeweiligen Gesamtfassade deutlich zu reduzieren.“	Leistung über 10m genehmigungspflichtig. Im Genehmigungsverfahren sind die Belange wie z.B. des Landschaftsbildes oder die Sichtachse zum Welterbe Corvey zu berücksichtigen. Die Werbeleitsatzung dient eher als Instrument der Einschränkung für Werbeanlagen, da derzeit nur vereinzelt über Bebauungspläne Regelungen zu Werbeanlagen vorhanden sind. Die Festlegung der prozentualen Werbeflächengröße beinhaltet auch den planerischen Willen, größeren gewerblichen Nutzungen auch größere Werbeanlagen zuzulassen. In Verbindung dessen, sind aber auch die allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen gem. § 4 der Werbeleitsatzung einzuhalten. Über den § 4 der Werbeleitsatzung dürfen Werbeanlagen u.a. in ihrer Ausgestaltung und Vielzahl keine Störung oder Häufung hervorrufen. Dahingehend gewährt der § 4 der Satzung Spielräume im Abwägungsprozess, sodass eine 80% Flächenausnutzung nicht immer zum Tragen kommen wird. <u>Beschlussvorschlag</u> Den Anregungen und Bedenken wird nicht gefolgt.	wie Beschlussvorschlag
--	--	--	-------------------------------