

Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten beiderseits der Flachmarktstraße und Schusterstraße – 1. Änderung (A 263 S/ 1. Ä.)

Präambel

Aufgrund des § 88 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (**LBauO**) in der Fassung vom 24.11.1998 (GVBl. 1998, S. 365), zuletzt geändert durch § 47 des Gesetzes vom 09.03.2011 (GVBl. S. 47), und des § 24 der Gemeindeordnung Rheinland-Pfalz (**GemO**) in der Fassung vom 31.01.1994 (GVBl. 1994, S. 153), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 20.12.2013 (GVBl. S. 538), hat der Stadtrat in seiner Sitzung am 03.12.2014 folgende Satzung beschlossen:

§ 1 Sinn und Zweck der Satzung

Der Geltungsbereich der Satzung nimmt hinsichtlich seiner räumlichen Lage und seiner Funktion innerhalb des Stadtgebietes einen besonderen Platz ein. Er ist teilweise Bestandteil der Fußgängerzone, der Citymeile¹, und des Tripolkonzeptes². Große Bereiche wurden in den letzten Jahren neu gestaltet mit dem Ziel, in dieser wichtigen Kernzone des Mainzer Einzelhandels die Aufenthalts- und Gestaltqualität des öffentlichen Raumes zu erhöhen. Sinn und Zweck der Satzung ist es, die Anstrengungen der Stadt Mainz zu Gunsten einer attraktiveren Innenstadt durch gestalterische Maßnahmen auch auf privater Seite zu unterstützen und so den effizienten Einsatz öffentlicher Mittel in die Gestaltung zu steigern. Hierfür werden mit dieser Satzung besondere gestalterische Anforderungen an bauliche Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten gestellt.

Werbeanlagen, die vor Rechtskraft dieser Satzung errichtet wurden, genießen Bestandsschutz.

§ 2 Geltungsbereich

- (1) Der Geltungsbereich der Satzung wird begrenzt durch (beginnend an der Peterskirche fortlaufend in südwestlicher Richtung) die südöstliche Fahrbahnbegrenzung der Großen Bleiche von der Peterskirche bis zur Einmündung Löwenhof-

¹ Die Citymeile wurde vom Mainz Citymanagement e.V. in Zusammenarbeit mit der Stadt Mainz entwickelt und soll einer räumlichen Zersplitterung des Stadtzentrums entgegenwirken, indem sie mit neuen Gestaltungselementen und einheitlichem Erscheinungsbild eine attraktive Verknüpfung verschiedener Bereiche (Platzsysteme, Fußgängerzonen) schafft und als Orientierungssystem für die Kunden/Besucher dient.

² Anfang 2004 wurde in drei aufeinander aufbauenden Gutachten das so genannte "Tripolkonzept" entwickelt, welches die Bereiche Brand, Karstadt und Römerpassage (= drei Pole) als Kernbereiche des Einzelhandels definiert und empfiehlt, die Verbindungsachsen zwischen den drei Polen besonders zu stärken und aufzuwerten.

straße, die Nordostseite der Löwenhofstraße und ihre gedachte Verlängerung bis zum Dalberger Hof, die Südwestseite der Ottiliengasse, die östliche Flurstücksgrenze des Dalberger Hofes (Flurstück 292/3, 292/4,; Flur 3), die Nordostseite der Klarastraße bis zur Einmündung in die Emmeransstraße, die Südostseite der Emmeransstraße bis zur südwestlichen Ecke des PMG Parkhauses Am Kronenberger Hof (Flurstück 255/1, Flur 4), die südwestlichen Flurstücksgrenzen des Parkhauses Am Kronenberger Hof (Flurstücke 255/1 und 251/5, Flur 4) bis zur Gymnasiumstraße, die Gymnasiumstraße querend, entlang der südwestlichen Grundstücksgrenzen der Gymnasiumstraße 6 (Flurstück 265; Flur 4) weiterführend entlang der westlichen Grundstücksgrenze der Dominikanerstraße 7 (Flurstück 267, Flur 4), die Nordseite der Dominikanerstraße bis zur Einmündung Fuststraße, die Westseite der Fuststraße bis zur nördöstlichen Ecke der Fuststraße 17 (Flurstück 266, Flur 4), die Fuststraße querend, die nördliche Gebäudekante des Kleinen Hauses (Flurstück 365/17, Flur 3) übergehend bis zur Seppel-Glückert-Passage, die Südwestseite der Seppel-Glückert-Passage, die nordöstliche Begrenzung der Georg-Moller-Passage (Flurstück 365/17, Flur 3), die Ostseite des Großen Hauses (Flurstück 245, Flur 3), die Ostseite des Gutenbergplatzes (Flurstück 362/10, Flur 3), die Südseite des Flurstückes 242/10, Flur 3 und ihre gedachte Verlängerung nach Osten, die nordwestliche Begrenzung des Höfchens (Flurstück 360/4, Flur 3), die Nordostseite des Flurstückes 232/2, Flur 3, die Schusterstraße querend, die südliche Begrenzung der Schusterstraße 2, (Flurstück 230, Flur 3) die östliche Grenze der Schusterstraße 2, die nördliche Grenze der Korbgrasse 4 (Flurstück 225/3, Flur 3), die westliche Grenze des Flurstücks 192/79, Flur 3 und ihre gedachte Verlängerung nach Norden über die Quintinsstraße, die östliche Grenze des Flurstückes 99, Flur 3, die südliche und westliche Grenze des Flurstückes 95/2, Flur 3 (Städtisches Altersheim), die Hintere Christofsgasse querend, die südwestliche Grenze des Flurstückes 91/3, Flur 3 (öffentliche Grünanlage vor dem Mahmal Christofskirche), die Christofsstraße querend, die Nordwestseite der Christofsstraße, die Südwestseite der Mitternachtsgasse (Flurstück 47/8, Flur 3), die Bauerngasse querend, die Westseite der Mitternachtsgasse (Flurstück 317/6, Flur 3), die Südseite der Mitternacht (Flurstück 345, Flur 4), die nordwestliche Begrenzung des Petersplatzes (Flurstück 347, Flur 4), die Nordseite des Petersplatzes bis zur Großen Bleiche.

Zusätzlich umfasst der Geltungsbereich die Grundstücke Fuststraße 4 (Flurstück 244, Flur 3) und Gutenbergplatz 1 (Flurstück 243/1, Flur 3), 3 und 5 (Flurstück 243/2, Flur 3).

(2) **Ausgenommen** sind die dem Höfchen und dem Markt zugewandten Fassaden folgender Liegenschaften:

- Schöfferstraße/ Höfchen (Flurstücke 236/2, 233/2, 360/3; Flur 3)
- Schusterstraße 1,3,5 (Flurstücke 233/1, 232/2; Flur 3) und 2 (Flurstück 230, Flur 3),

Die Fassaden dieser Liegenschaften liegen im Geltungsbereich der Gestaltungssatzung A 12 S/ 2. Ä und sind in der Darstellung des Geltungsbereiches mit einer roten Linie gekennzeichnet.

(3) Die Grenzen des Geltungsbereiches sind in einer Karte im Maßstab 1:1000 dargestellt und der Satzung beigelegt. Die Karte und die Gestaltungssatzung liegen im 60-Bauamt zur Einsicht für jedermann während der Dienststunden aus.

§ 3 Begriffe

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle örtlich gebundenen 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, sonstige Anschläge, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbung, Schaukästen, sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. Gleiches gilt für Firmenbezeichnungen, Klebefolien und Plakate auf oder hinter Fensterscheiben.

§ 4 Genehmigungspflicht

Zum Errichten, Anbringen, Aufstellen oder Ändern von Werbeanlagen im Sinne des § 3 ist eine Genehmigung durch die Bauaufsichtsbehörde erforderlich. Dies gilt auch für Warenautomaten, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

§ 5 Nicht genehmigungspflichtig

Ausgenommen von der Genehmigungspflicht sind:

- a) Die Werbung an den zugelassenen öffentlichen Werbeanlagen;
- b) Die wechselnde Programmwerbung für Theater, Lichtspielhäuser und ähnliche Unternehmen, wenn die Werbefläche selbst, die Art der Werbemittel und die Beleuchtungsart genehmigt sind;
- c) Schilder bis zu 0,15 m², die Inhaber und Art des Betriebes am Ort der eigenen Leistung kennzeichnen;

§ 6 Anforderungen an Werbeanlagen

- (1) Je Geschäftsbetrieb sind insgesamt zwei Werbeanlagen (einschließlich Firmenbezeichnungen) an Wand- bzw. Fensterflächen oder als Ausleger zulässig. Befinden sich mehrere Geschäftsbetriebe in einem Gebäude sind pro Geschäftsbetrieb zwei Werbeanlagen zulässig. Zwischen zwei Werbeanlagen ist ein Mindestabstand von 2,5 m einzuhalten.

Die Größe einer Werbeanlage darf 2,0 m² nicht überschreiten.

Die Abstände zwischen zwei Werbeanlagen sind über die kürzeste gedachte Verbindungslinie zwischen den nächstgelegenen Außenkanten der betroffenen Werbeanlagen zu berechnen. Wird eine Werbeanlage nicht durch klare Außenkanten definiert, ist ein fiktives Rechteck, welches die Werbeanlage umgrenzt, als maßgebende Außenkante heranzuziehen. Diese Berechnungsmethode gilt ebenfalls für Abstände zwischen Werbeanlagen und Auslegern sowie für die Abstände zwischen Auslegern.

Soweit es die Größe der dem öffentlichen Straßenraum zugewandten Fassade des Geschäftsbetriebes zulässt, können ausnahmsweise mehr als zwei Werbeanlagen je Geschäftsbetrieb zugelassen werden, wenn zwischen ihnen ein Ab-

stand von mindestens 2,50 m gewahrt ist. Für Ausleger gilt abweichend hiervon Abs. 3 dieser Vorschrift.

Wird die Werbeanlage in Einzelbuchstaben ausgeführt und ist ihre Gestaltung und Größe den Gebäudeproportionen untergeordnet, kann ausnahmsweise von der maximalen Größenordnung abgewichen werden. Gleiches gilt für die Werbeanlagen von Unternehmen mit anerkanntem Wiedererkennungswert (Corporate Identity).

Werbeanlagen benachbarter Hausfassaden/Geschäftsbetriebe dürfen nicht zu einer durchlaufenden Einheit zusammengefasst werden und müssen grundsätzlich zur Nachbargrenze jeweils einen Abstand von 1,50 m einhalten. Ausnahmen von dieser Vorschrift können zugelassen werden, wenn die dem öffentlichen Raum zugewandte Fassade des Geschäftsbetriebes in ihrer Breite weniger als 5,00 m misst.

Ausnahmen von den Vorschriften dieses Absatzes können zugelassen werden für Werbeanlagen, die nur maximal 4 mal pro Jahr und jeweils für einen Zeitraum von höchstens 4 Wochen durchgehend angebracht oder aufgestellt werden.

- (2) Die Größe einer Werbeanlage bemisst sich nach der Größe der Fläche innerhalb eines fiktiven Rechteckes, welches die Werbeanlage umschreibt.
- (3) Ausleger dürfen nicht mehr als 1,0 m vor die Bauflucht ragen und müssen untereinander einen Abstand von mindestens 3,0 m einhalten. Dies gilt auch zu den Auslegern auf Nachbargrundstücken. Der Abstand von Auslegern zu sonstigen Werbeanlagen beträgt mindestens 2,5 m.
- (4) Freiliegende Leuchtstoffröhren dürfen nur in weißen oder gelblichen Tönen leuchten.
- (5) Das Material und die Farben der Werbeanlagen und deren Abdeckungen dürfen weder störend noch aufdringlich auf die Umgebung wirken.
- (6) Anlagen der Außenwerbung insbesondere auch der Lichtwerbung sind entsprechend § 6 Abs. 5 so zu gestalten, dass sie sich auch bei Tage in das Straßenbild einfügen.
- (7) Technische Einrichtungen (z.B. Kabelzuführungen, Halterungen usw.) sind unsichtbar zu verlegen. Ist dies nicht möglich, müssen Sie einen dem Untergrund entsprechenden Farbanstrich erhalten.
- (8) Dreidimensionale Darstellungen dürfen ein Volumen von 1,0 m³ nicht überschreiten.
- (9) im Einzelfall dürfen die in (1) und (3) festgesetzten Abstände zwischen einzelnen Werbeanlagen ausnahmsweise unterschritten werden, wenn aufgrund der Breite der dem öffentlichen Straßenraum zugewandten Fassade die Einhaltung der festgesetzten Abstände nicht möglich ist.

§ 7 Unzulässige Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen im Sinne des § 3 dürfen oberhalb der Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses nicht angebracht werden.

Ausnahmen können zugelassen werden für Werbeanlagen, die nur maximal 4-mal pro Jahr und jeweils für einen Zeitraum von höchstens 4 Wochen durchgehend angebracht oder aufgestellt werden.

- (2) Bewegliche (laufende) Werbungen und solche, die im Wechsel an- und ausgeschaltet werden, sind unzulässig.

- (3) Werbeanlagen sind unzulässig:

- a) an Ruhebänken und Papierkörben
- b) an Balkonen und Fensterläden

Ferner ist es unzulässig, Einfriedungen und Stützmauern mit Werbeplakaten und Vergleichbarem zu bekleben, mit Werbetafeln zu behängen, zu bemalen und zu beschriften.

- (4) Großwerbetafeln und Werbesäulen sind nicht zulässig. Ausnahmen können, wenn derartige Werbeträger ausschließlich der Ankündigung kultureller Veranstaltungen und amtlicher Bekanntmachungen dienen, zugelassen werden.

- (5) Leuchtketten, Leuchtbänder und Leuchtkonturen sind unzulässig. Ausnahmen können zugelassen werden, wenn diese Anlagen nur zu besonderen Anlässen und für einen Zeitraum von maximal 6 Wochen angebracht werden.

§ 8 Bemalen, Beschriften oder Bekleben von Schaufensterscheiben

Das Bemalen, Beschriften oder Bekleben von Schaufensterscheiben, sowohl von außen als auch von innen, ist nur unter den in § 6 Abs. 1 und 5 genannten Voraussetzungen zulässig.

Das gilt auch, wenn mit dem Bemalen, Beschriften oder Bekleben von Schaufenstern keine Werbung verbunden ist.

§ 9 Schaukästen

- (1) Schaukästen müssen sich dem Gebäude anpassen und dürfen tragende oder gestalterische Baugliederungen nicht verdecken.

- (2) Hinsichtlich der Farbgebung, Größe und Form der Schaukästen gelten die in § 6 an Werbeanlagen gestellten Anforderungen.

- (3) Die Ausladung vor der Bauflucht darf nicht mehr als 0,15 m betragen.

§ 10 Warenautomaten

- (1) Warenautomaten dürfen die Bauflucht nicht mehr als 0,15 m überragen.
- (2) Die Farbe der Warenautomaten ist der jeweiligen Umgebung anzupassen. Die in § 6 Abs. 5 gestellten Anforderungen an Werbeanlagen gelten entsprechend.
- (3) An Einzeldenkmälern, Zäunen, Pfeilern und Türen dürfen Warenautomaten nicht angebracht werden.
- (4) Freistehende Warenautomaten dürfen auf öffentlichen Verkehrsflächen nicht aufgestellt werden. Ausnahmen können erteilt werden, wenn diese Warenautomaten in tief liegenden Haus- oder Geschäftseingängen aufgestellt werden und das ästhetische Gesamtbild des Gebäudes nicht stören.

§ 11 Abweichungen

Abweichungen von den Vorschriften dieser Satzung regeln sich nach § 69 LBauO, sofern in dieser Satzung nichts anderes bestimmt ist.
Denkmalschutzrechtliche Genehmigungsvorbehalte bleiben von dieser Satzung unberührt.

§ 12 Ordnungswidrigkeiten

Gemäß § 24 Abs. 5 GemO handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage oder einen Warenautomat ohne erforderliche Genehmigung anbringt, aufstellt, erneuert oder verändert oder einem Verbot nach §§ 7 oder 8 der Satzung zuwiderhandelt. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 5000,-- € geahndet werden. § 89 LBauO bleibt im übrigen unberührt.

§ 13 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tag nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft. Gleichzeitig tritt die „Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten beiderseits der Flachmarktstraße und Schusterstraße (A 263 S)“ vom 19.10.2007 außer Kraft.

Mainz,
Stadtverwaltung Mainz

Michael Ebling
Oberbürgermeister