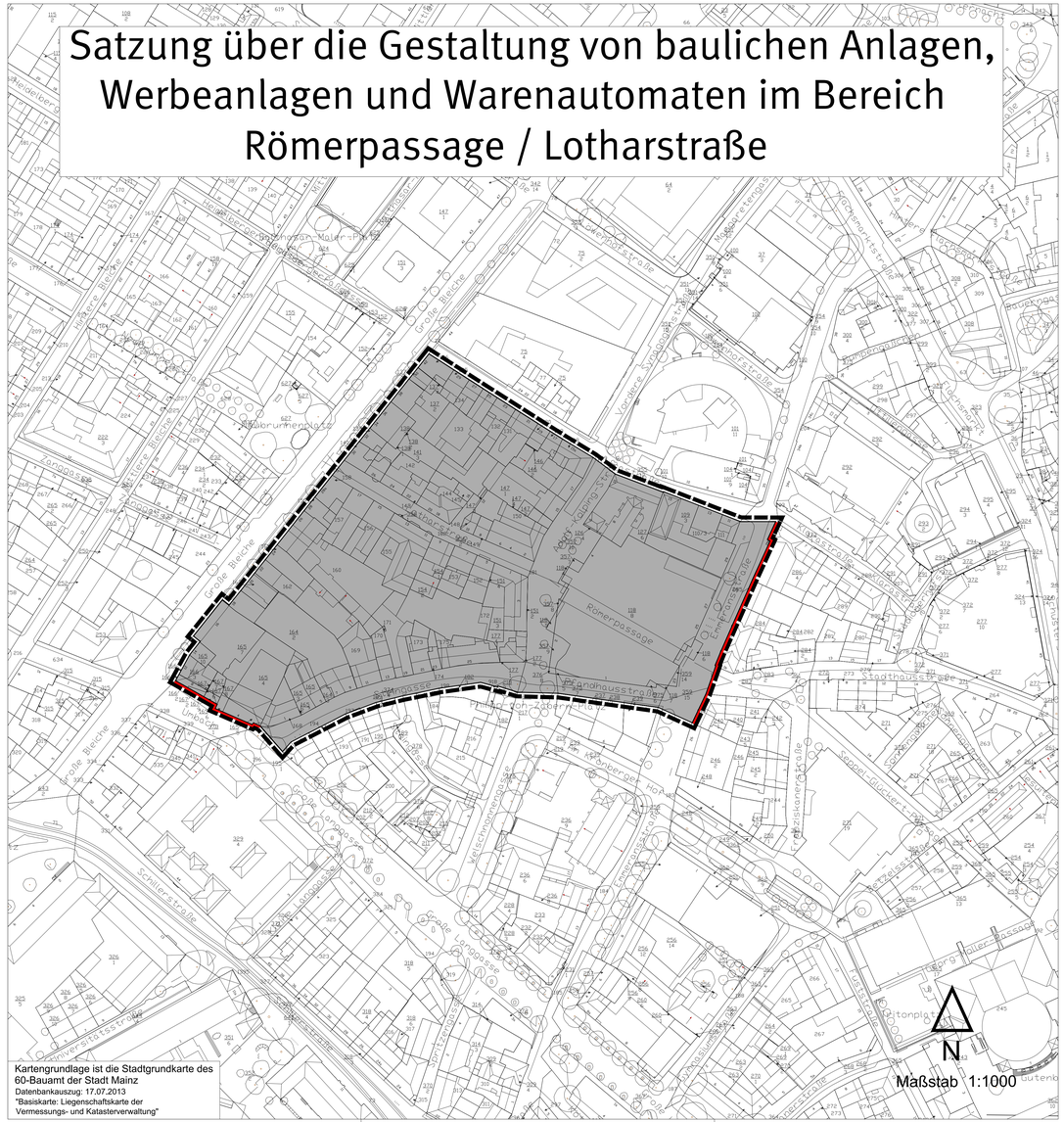
Satzung über die Gestaltung von baulichen Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich Römerpassage / Lotharstraße



Kartengrundlage ist die Stadtgrundkarte des 60-Bauamt der Stadt Mainz
Datenbankauszug: 17.07.2013
"Basiskarte: Liegenschaftskarte der Vermessungs- und Katasterverwaltung"

Legende

Grenze des räumlichen Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung

Fassaden, die aus dem Geltungsbereich ausgenommen sind. Für diese gilt die A 263 S / 1. Ä oder der A 267

Katastergrundlage 1: 1000

Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich Römerpassage / Lotharstraße (A 270 S)

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 2 des Gesetzes vom 19.08.2014 (GVBl. 2014 S. 181), hat der Stadtrat in seiner Sitzung am 25.03.2015 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 Bestandteil der Fußgängerzone, der Citymeile[1], und des Tripolkonzeptes[2]. 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 Kreuzung Emmeranstraße / Klarastraße fortlaufend in südliche Richtung) die östliche Straßenbegrenzung der Emmeranstraße von der Kreuzung Emmeranstraße / Klarastraße bis zur Kreuzung Emmeranstraße/ Pfandhausstraße entlang der Gebäude Emmeranstraße 28, 30, 32 und 34, die Emmeranstraße querend, die südliche Straßenbegrenzung der Pfandhausstraße entlang der Gebäude Pfandhausstraße 6 und 8, den Philipp-von-Zabern-Platz querend, die südliche Straßenbegrenzung der Steingasse, die Steingasse querend, die nordöstliche Straßenbegrenzung der Umbach entlang der Gebäude Umbach 4, 6 und 8, die südöstliche Straßenbegrenzung der Großen Bleiche von der Kreuzung Umbach / Große Bleiche bis zur Kreuzung Große Bleiche / Klarastraße, die südliche Straßenbegrenzung der Klarastraße von der Kreuzung Große Bleiche / Klarastraße bis zur Kreuzung Emmeranstraße / Klarastraße und die Emmeranstraße querend.

Für Wände und Fassaden, die auf der Grenze des Geltungsbereiches errichtet sind, aber auf einem Grundstück außerhalb des Geltungsbereiches stehen, gilt diese Satzung gleichermaßen.

(2) **Ausgenommen** sind die Fassaden folgender Liegenschaften:

- Emmeransstraße 28, 30, 32 und 34 (Flurstücke 240/1, 284/1, 285, 286/4)
- Umbach 4, 6 und 8 (Flurstücke 165/5, 165/6, 167/9, 167/2, 168/2)

Die Fassaden dieser Liegenschaften liegen im Geltungsbereich der Gestaltungssatzung A 263 S / 1. Ä oder A 267 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 beigefügt. 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.

[1] Die Citymeile wurde vom Mainz Citymanagement e.V. in Zusammenarbeit mit der Stadt Mainz entwickelt und soll einer räumlichen Zersplitterung des Stadtzentums 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.

§ 4 Genehmigungspflicht

Zum Errichten, Anbringen, Aufstellen oder Ändern von Werbeanlagen im Sinne des § 3 ist eine Genehmigung durch die Baufsichtsbehörde 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 Anschlagflächen;
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 Abstand 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 (Corparate 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 Baufluch 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 einen Kubus von 1,0 m³ nicht überschreiten.

(9) Im Einzelfall dürfen die (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 Baufluch darf nicht mehr als 0,15 m betragen.

§ 10 Warenautomaten

(1) Warenautomaten dürfen die Baufluch 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.
Die Satzung tritt 3 Jahre nach in Kraft treten außer Kraft.

CAD - Planelemente

Plantell	Dateiname	Stand	Ort / Pfad
Plan, Legende, Layout	A 270 S.dwg	11.3.15	G:\ALTA\~Werkzeugkasten\stadt\A 270 S
Digitale Stadtgrundkarte	Kataster Ludwigstraße.dwg	17.7.13	G:\ALTA\~Werkzeugkasten\stadt\A 270 S\DGK-Kataster.dwg
textliche Festsetzungen			

Verfahren — Genehmigung

	Datum
1. Beschluss der Gestaltungssatzung durch den Stadtrat gemäß § 88 Abs. 1 Nr. 1 und 2 LBauO i. m. § 24 GemO	25.3.15
2. Ausgefertigt:	
3. Inkrafttreten der Gestaltungssatzung:	

Bearbeiter/in	Herfurth						
Zeichner/in	Ims						
Ablelungsleiter	Strobach						

Amtsleiter	Mainz	Ausgefertigt:Mainz
Ingenthron		
	Beigeordnete	Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Mainz
Stadtplanungsamt
Gestaltungssatzung — A 270 S

Satzung über die Gestaltung von baulichen Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich Römerpassage / Lotharstraße

Landeshauptstadt Mainz