

## Begründung zur Satzung

### **Werbesatzung der Landeshauptstadt Potsdam für den Potsdamer Hauptbahnhof und die angrenzenden Gebäude**

#### Anlass

Die Werbesatzung der Landeshauptstadt Potsdam vom 17. Juni 1996 ist am 23. August 1996 in Kraft getreten.

Für den Bereich um den neuen Hauptbahnhof finden sich in dieser Werbesatzung keine Regelungen. Die Regelungen der Werbesatzung dienen der Verwirklichung baugestalterischer und städtebaulicher Absichten sowie der weiteren städtebaulichen und stadtgestalterischen Einbindung dieses Bereiches. Schon 1999 ist zwischen der Stadt und dem H.F.S. Immobilienfonds unter Einbeziehung des für die Fassadenabwicklung zuständigen Architekten ein Orientierungskonzept zur Anordnung und Gestaltung von Werbeanlagen an den baulichen Anlagen des Hauptbahnhofs abgestimmt worden. Auf der Grundlage dieser Festlegungen ist die nun vorgelegte Werbesatzung erarbeitet worden. Die spezifischen Regelungen der Werbesatzung sollen bewirken, dass sich die Werbeanlagen der Architektur- und Struktursprache der Baukörper mit ihrer Fassadengliederung unterordnen.

Die Satzung soll für die Fassaden der baulichen Anlagen des Potsdamer Hauptbahnhofs, hier speziell für die bestehenden Gebäude Bahnhofspassagen, Bahnhofsspanne und -südkopf, Wellendach, Wasserturm und Parkhaus mit Büroüberbauung gelten, die im räumlichen Geltungsbereich des in Kraft gesetzten Bebauungsplans Nr. 37 A „Potsdam-Center“ liegen. Im Bebauungsplan Nr. 37 A „Potsdam-Center“ gibt es keine Regelungen zu der Zulässigkeit von Werbeanlagen.

Die Satzung ist nicht geeignet, Werbeanlagen aus dem Stadtbild zu verbannen. Sie soll 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 zur positiven Entwicklung beitragen.

#### Begriff der Werbeanlage

Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Plakatanschlüsse oder für Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen (§ 9 Abs. 1 BbgBO).

#### Inhalte

Die Regelungen der Werbesatzung sehen die Zulässigkeit von Werbeanlagen nach folgenden Prinzipien vor:

1. Der räumliche Geltungsbereich der Satzung ist in drei verschiedene Zonen eingeteilt worden (s. Übersichtsplan Anlage 1), für die differenzierte Regelungen getroffen werden.
2. Die Bahnhofspassagen (Zone I) sind im Sinne der Werbesatzung als ein Baukörper zu verstehen. Damit sind Werbeanlagen an den Gebäudefassaden für die innerhalb der Bahnhofspassagen angesiedelten Geschäfte und Dienstleistungen im Rahmen der Satzung nur an den beschriebenen Fassadenflächen zulässig.
3. Werbeanlagen dürfen nur in Einzelbuchstaben und Zeichen ausgeführt werden.
4. Werbeanlagen müssen sich den waagerechten und senkrechten strukturbildenden Elementen der Fassaden und des Staffelgeschosses unterordnen und dürfen Fenster nicht verdecken.

5. Werbeanlagen in Form von Beschriftungen, Bemalungen oder Beklebungen von Fensterflächen dürfen nicht angebracht werden.
6. Im Übrigen gelten die für die einzelnen Zonen des räumlichen Geltungsbereichs der Satzung getroffenen Regelungen (s. auch Fassadenpläne Anlagen 1 und 2).

Die Werbeanlagen, die gemäß Satzung verwendet werden dürfen, sind bezüglich ihrer unterschiedlichen Ausprägung in dem nachfolgenden Typen-Katalog differenziert; der Typen-Katalog stellt gleichzeitig die Legende der in § 2 dieser Satzung bezeichneten Fassadenpläne dar. Im Typen-Katalog sind die Typen A bis F2 bezüglich ihrer Inhalte charakterisiert.

### Anlagen

Zur Satzung gehören 2 Anlagen, die Bestandteil der Satzung sind. In Anlage 1 sind der Übersichtsplan und der Fassadenplan für die Zone I dargestellt; der räumliche Geltungsbereich des Satzungsgebiets ist mit einer schwarzen dicken Linie umrandet, die drei Zonen sind durch verschiedene Schraffuren dargestellt. In Anlage 2 sind die Fassadenpläne für die Zonen II und III dargestellt. Die Fassadenpläne zeigen konkret die Flächen auf den Fassaden der einzelnen baulichen Anlagen, auf denen Werbeanlagen zulässig sind. Diese Werbeflächen sind entsprechend in den Plänen gekennzeichnet. In Zone II dürfen Werbeanlagen weder an der Ostseite noch an der Westseite der Gebäude angebracht werden. In Zone III dürfen Werbeanlagen weder an der Nordseite noch an der Südseite der Fassade des Parkhauses angebracht werden.

### Örtliche Bauvorschriften

Gemäß § 81 Abs. 1 der Brandenburgischen Bauordnung BbgBO gilt folgende Regelung:

- (1) Die Gemeinden können örtliche Bauvorschriften erlassen über
  1. besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung baulicher Anlagen und anderer Anlagen und Einrichtungen sowie die Notwendigkeit oder das Gebot von Einfriedungen,
  2. besondere Anforderungen an die Art, die Größe, die Gestaltung, die Farbe und den Anbringungsort der Werbeanlagen und Warenautomaten sowie den Ausschluss bestimmter Werbeanlagen und Warenautomaten,
  3. eine besondere Erlaubnispflicht für Werbeanlagen, die ohne Baugenehmigung errichtet werden dürfen, soweit für diese Werbeanlagen besondere Anforderungen nach Nummer 2 bestehen
  4. eine besondere Anzeigepflicht für Werbeanlagen, die ohne Baugenehmigung befristet errichtet werden dürfen.

Die Gemeinde kann die örtlichen Bauvorschriften nach Satz 1 Nr. 1 und 2 erlassen, soweit dies zur Verwirklichung baugestalterischer und städtebaulicher Absichten oder zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze oder Ortsteile von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung sowie von Baudenkmalern und Naturdenkmalern erforderlich ist.

### Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung können Abweichungen auf schriftlichen Antrag unter den Voraussetzungen des § 61 Abs. 2 und 3 der Brandenburgischen Bauordnung zugelassen werden.