

# BEGRÜNDUNG

## ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFTEN DER STADT VAIHINGEN AN DER ENZ GROSSFLÄCHENWERBUNG KERNSTADT II



## 1. Einleitung

Seit einiger Zeit mehrten sich die Baugesuche für großflächige Werbeanlagen entlang der Hauptdurchfahrtsstraßen von Vaihingen. Gemeint sind hier Großanlagen mit ca. 10 m<sup>2</sup>, mit denen für beliebige Produkte geworben wird (Fremdwerbung) und nicht für am Ort der Werbung ansässige Betriebe bzw. deren Dienstleistungen (Eigenwerbung).

Im historischen Stadtkern von Vaihingen sind Großwerbeanlagen störend. Sie beeinträchtigen auf Grund ihrer Größe die Bemühungen um die Erhaltung des kleinteiligen, historischen Stadtbildes.

Für den bebauten, historischen Altstadtbereich ist die örtliche Bauvorschrift „Gestaltungssatzung Stadtkern Stadt Vaihingen an der Enz, 2. Änderung“ (nachfolgend Gestaltungssatzung) mit weitreichenden Vorgaben für Werbeanlagen maßgebend. Mit der 2. Änderung dieser Satzung in 2008/2009 wurde der Geltungsbereich um Teilflächen südlich der Straßen Im Mühlkanal und östlich der Straßen Gerberstraße und Frankstraße verkleinert.

Für nördlich / nordöstlich an die historische Altstadt angrenzende Flächen ist die örtliche Bauvorschrift „Großflächenwerbung Kernstadt“ aus dem Jahre 2005/2006 mit weitgehend zu dieser örtlichen Bauvorschrift identischen Vorgaben maßgebend.

Mit der zuvor beschriebenen Verkleinerung des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung geht einher, dass Teile der historischen Altstadt nicht mehr hinreichend vor stadtbildunverträglicher Großflächenwerbung geschützt sind. Mit diesem Verfahren soll die Lücke wieder geschlossen werden. Der Geltungsbereich wurde dabei auf das unbedingt erforderliche reduziert. Ziel ist nicht, die Großflächenwerbung großflächig oder darüber hinaus im gesamten Stadtgebiet zu unterbinden. (Der Geltungsbereich dieser Satzung überdeckt weniger als 0,4 Promille des Gemeindegebietes und zusammen mit den Geltungsbereichen der beiden anderen zuvor genannten Satzungen weniger als 4 Promille des Gemeindegebietes.) Das Ziel ist vielmehr die Steuerung. Diese Werbearten sollen dort errichtet werden (können), wo sie nicht im Konflikt mit der für Vaihingen äußerst bedeutenden historischen, kleinteilig strukturierten Altstadt stehen.

## 1. Geltungsbereich

Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst zwei Teilbereiche. Er schließt jeweils an den Geltungsbereich der Gestaltungssatzung an.

Im Südwesten der Stadt liegen die Köpfwiesen, ursprünglich Gartenflächen der Stadtbevölkerung. Die Gartennutzung macht noch heute einen Großteil der Fläche zwischen der Altstadtbebauung und der Enz aus. Im Süden der Köpfwiesen hat die Stadt 1996 das Köpfwiesenparkhaus erstellen lassen. In der Glasfassade in Richtung Altstadt soll sich diese spiegeln (siehe Titelbild, unten rechts). Das Parkhaus fungiert als moderner Eingang zur historischen Altstadt (modernes Stadttor). Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst hier einen 25 m tiefen Streifen ab Mitte der Straße Im Mühlkanal. Der Bereich ist unmittelbar der historischen Altstadt zuzuordnen. Auf eine Ausdehnung auf entfernter liegende Flächen wurde verzichtet, da hier der unmittelbare Altstadtbezug nicht mehr gesehen wird.

Im Südosten der Stadt wurde vor mehreren Jahren die Gerber- und / Franckstraße aufwendig neu gestaltet, mit geschwungener Linienführung. Sie schmiegt sich an die Altstadtbebauung an (siehe Titelbild, oben rechts). Östlich der Franckstraße wurde das ansteigende Gelände zu einer der ersten Stadterweiterungen (Angelhof / Angelstraße) aufwendig mit einer begrünten Stadt - Mauer abgefangen (siehe Titelbild, oben links). Im Kreuzungsbereich mit der Stuttgarter Straße wurden die Gebäude Stuttgarter Str. 43 und 44 erhalten bzw. saniert. Sie übernehmen eine Art Stadttorfunktion und geben den Blick in die Altstadt frei (siehe Titelbild, Mitte). Aktuell wird überlegt, das etwas östlich gelegene Kaufhaus Sämann durch z. B. Aufpflasterungen des Kreuzungsbereiches noch besser an die Fußgängerzone anzubinden. Auch hier umfasst der Geltungsbereich dieser Satzung einen nur 25 m tiefen Bereich ab Straßenmitte. Auch dieser Bereich ist unmittelbar der historischen Altstadt zuzuordnen. Auch hier wurde wieder auf eine Ausdehnung auf entfernter liegende Flächen (z.B. die zurückliegenden Parkplatzflächen des Kaufhauses) verzichtet, da hier der unmittelbare Altstadtbezug nicht mehr gesehen wird.

Die Satzung gilt nicht für die öffentlichen Verkehrsflächen und öffentlichen Grünflächen. Werbeanlagen auf diesen Flächen bedürfen ohnehin der Zustimmung der Stadt. Auswüchse können somit hinreichend unterbunden werden. Der mit dieser Satzung einhergehende Verwaltungsaufwand kann klein gehalten werden.

## **2. Rahmenbedingungen**

Der Geltungsbereich dieser Satzung ist dem Kerngebiet der Stadt Vaihingen zuzuordnen. Die Flächen an der Gerber- und / Franckstraße sind im Flächennutzungsplan als Mischbaufläche und die Flächen an der Straße Im Mühlkanal als Grünfläche (Parkanlage mit Elektrizitätswerk) und Sondergebiet (großflächiger Einzelhandel, Parkierungsfläche) dargestellt.

Der Geltungsbereich dieser Satzung ist in Teilen deckungsgleich mit den Geltungsbereichen von folgenden Bebauungsplänen / Baulinienplänen:

- Stadterweiterungsplan „Angel-Kehlweg“
- Bebauungsplan „Vergnügungsstätten Altstadt“
- Bebauungsplan „Einzelhandel Vaihingen“
- Bebauungsplan „Köpfwiesen“

Vorgenannte Bebauungspläne / Baulinienpläne behalten ihre Gültigkeit. Diese örtlichen Bauvorschriften „Großflächenwerbung Kernstadt II“ gelten ergänzend.

Für den Bebauungsplan „Einzelhandel Vaihingen“ ist eine 1. Änderung (Vergnügungsstätten) im Verfahren. Auch die Änderung soll ergänzend zu diesen örtlichen Bauvorschriften gelten.

Die Bedeutung der Vaihinger Altstadt beruht nicht nur auf dem mittelalterlichen Stadtgrundriss und der vielfach noch ablesbaren Stadtbefestigung. Deutlich über 100 Gebäude in der historischen Altstadt unterliegen aus künstlerischen, heimatgeschichtlichen und wissenschaftlichen Gründen dem Denkmalschutz. Eine Vielzahl dieser Gebäude sind Kulturdenkmale von besonderer Bedeutung. Vom Landesdenkmalamt (heute Regierungspräsidium Stuttgart) wird für die Altstadt eine

Gesamtanlagenausweisung nach § 19 Denkmalschutzgesetz vorgeschlagen (siehe Ortskernatlas Baden-Württemberg Stadt Vaihingen an der Enz, ISBN: 3-89021-541-6). Im Geltungsbereich dieser Satzung liegen die Kulturdenkmale Gerberstr. 13 und Auricher Str. 24.

Die Bemühungen der Stadt, die Enz bzw. die Köpfwiesen noch besser an die Altstadt anzubinden, spiegeln sich auch im Rahmenplan Innenstadtentwicklung 2002 wieder. Zur Attraktivitätssteigerung der Altstadt wurde zudem ein Einzelhandelsgutachten vom Gemeinderat beschlossen und verschiedene Bebauungspläne aufgestellt bzw. geändert (Thema Einzelhandel, Vergnügungsstätten). Vaihingen ist Mitglied der Fachwerkstraße. Auch wenn für eine örtliche Bauvorschrift nicht maßgebend, so stehen großflächige Werbeanlagen auch im deutlichen Widerspruch zu den städtischen Bemühungen zur Attraktivitätssteigerung (Standortqualität, Image) der Altstadt.

Am Rande des Geltungsbereiches, an der Stuttgarter Str. 46 liegt das größte Kaufhaus der Stadt, (Sämann). Auch wenn die funktionale Zuordnung zur Altstadt, jenseits der Gerber- und Frankstraße und hinter der 1. Häuserzeile, nicht ideal ist, so wird die Kleinteiligkeit des Altstadtstruktur hierdurch gewahrt. Mit dieser Satzung wird fast ausnahmslos Großflächenwerbung in der Form von Fremdwerbung reglementiert. Das für die Stadt wichtige Kaufhaus und diese Satzung stehen damit nicht im Widerspruch zueinander. Ähnlich sieht die Situation beim Sondergebiet Köpfwiesen aus. Hier ist die Stadt seit langem bemüht, einen Lebensmittel-Einzelhandelsbetrieb zur Versorgung der Altstadtbevölkerung anzusiedeln.

### **3. Werbeanlagen**

Entsprechend der Zielvorgabe (siehe vorstehende Ausführungen) enthält diese Satzung nur wenige und ausschließlich Werbeanlagen betreffende Forderungen. Auch mit dieser Satzung wird es in Zukunft vermutlich niveauvolle und ansehnlich gestaltete Werbeanlagen geben, vermutlich aber auch andere. Wesentliche und das Stadtbild störende Auswüchse werden jedoch verhindert.

Großflächige Fremdwerbung wird ausgeschlossen. Die Großflächigkeit wird mit 5 m<sup>2</sup> definiert. Größere Werbeanlagen und insbesondere Euro-Werbetafeln mit ihren vertikalen Proportionen sind Fremdkörper in der durch Fachwerk und Lochfassaden kleinteilig gegliederten Altstadtbebauung. Damit der Grenzwert nicht durch eine Aneinanderreihung von kleineren Werbeanlagen umgangen wird, ist ergänzend geregelt, dass Werbeanlagen in direktem räumlichen Zusammenhang als eine Werbeanlage gelten. Ein direkter räumlicher Zusammenhang beschränkt sich nicht auf ein Grundstück. Er ist ebenfalls gegeben, wenn z.B. Werbeanlagen auf benachbarten Grundstücken stehen, aber dennoch gemeinsam wahrgenommen werden können.

Damit nicht durch eine Eigenwerbung für einen ansässigen Betrieb mit kombinierter überwiegender Fremdwerbung das Satzungsziel ausgehöhlt werden kann, sind auch gemischte Werbeanlagen von über 5 m<sup>2</sup> unzulässig, wenn sich der Anteil der Fremdwerbung nicht unterordnet. Für Eigenwerbung ohne Fremdwerbungsanteile enthält die Satzung keine Begrenzungen.

Der Mensch kann sich Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem, wie auch mit blendendem Licht kaum entziehen. Die Beeinträchtigung des Stadtbildes kann dadurch erheblich sein. (Auch für den Straßenverkehr kann bewegtes oder blendendes Licht gefährlich sein.) Diese Art der Werbeanlagen bzw. der Beleuchtung dieser wird daher mit der Satzung generell ausgeschlossen, egal ob Fremdwerbung oder Eigenwerbung und unabhängig von der Größe der Werbeanlage.

Fahnen, Werbebanner an Fahnenmasten, werden Werbeanlagen gleichgestellt.

Es ist Ziel dieser Satzung, nachhaltige Störungen des Stadtbildes durch Werbeanlagen zu verhindern. Nicht hierunter fallen zeitlich begrenzte Werbeanlagen oder Ankündigungsplakate etc., da diese ja nach kurzen Zeiträumen wieder aus dem Stadtbild verschwinden. Als grober Richtwert für noch zeitlich begrenzt sollte der Monat herhalten.

Aufgestellt:  
Stadtplanungsamt  
Vaihingen an der Enz, den 15.10.2009