



**Betreff:**

öffentlich

**Auslegungsbeschluss zur Werbesatzung, Teilbereich Innenstadt" der Landeshauptstadt  
Potsdam**

Erstellungsdatum 14.10.2004

Eingang 902: \_\_\_\_\_

Einreicher: FB Stadtplanung und Bauordnung

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
03.11.2004	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		

**Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Die Werbesatzung, Teilbereich „Innenstadt“ der Landeshauptstadt Potsdam, ist gemäß § 81 Abs. 8 Satz 3 BbgBO öffentlich auszulegen (s. Anlage 2).

Ergebnisse der Vorberatungen  
auf der Rückseite

**Entscheidungsergebnis**

Gremium: \_\_\_\_\_

Sitzung am: \_\_\_\_\_

<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	Ja	Nein	Enthaltung
<input type="checkbox"/> Lt. Beschlussvorschlag		<input type="checkbox"/> Beschluss abgelehnt		
<input type="checkbox"/> abweichender Beschluss DS Nr.:				
<input type="checkbox"/> zurückgestellt		<input type="checkbox"/> zurückgezogen		

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Entscheidungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

Mit der Beschlussfassung zur öffentlichen Auslegung der Werbesatzung fallen für den Haushalt der Stadt Potsdam keine Kosten an.

ggf. Folgeblätter beifügen

Oberbürgermeister
-------------------

Geschäftsbereich 1
--------------------

Geschäftsbereich 2
--------------------

Geschäftsbereich 3
--------------------

Geschäftsbereich 4
--------------------

## **Begründung:**

### **Kurzeinführung**

#### **Hinweis zur Gliederung der Beschlussvorlage**

In den Unterlagen, die in der Originalvorlage den Mitgliedern der beteiligten Fachausschüsse vorliegen, sind folgende Anlagen enthalten:

Anlage 1:	Kurzeinführung	( 2 Seiten )
Anlage 2:	Satzungstext (+ 1 Plan )	( 10 Seiten )
Anlage 3:	Begründung	( 22 Seiten )

#### **Anlass und Gegenstand der vorliegenden Beschlussvorlage**

Mit dem Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 08. Mai 2002 (DS 02/ SVV/247) wurde die Verwaltung beauftragt, die zum 28. Juni 1996 in Kraft getretene Werbesatzung der Stadt Potsdam zu überarbeiten. Sie hat dabei zugleich auch festgelegt, dass bei der Überarbeitung dieser Satzung folgende Vorgaben zu berücksichtigen sind:

- die Schaffung von Rechtssicherheit für die Werbetreibenden
- die Förderung des Wettbewerbs in der Werbewirtschaft
- die Verwendung internationaler Formate
- die Sicherung der Einnahmen in der Stadt

Aus Gründen der Rechtssicherheit und zur spezifischen örtlichen Steuerung erfolgt eine teilräumliche Überarbeitung in Form von eigenständigen Werbesatzungen, die in räumlich abgegrenzten Teilbereichen des Stadtgebietes gelten sollen. Diese sollen dann die bestehende für das bisherige Stadtgebiet geltende Werbesatzung ablösen. Die teilräumlichen Werbesatzungen sollen ferner die Festsetzungen zu Werbeanlagen aus Bebauungsplänen und städtebaulichen Verträgen übernehmen, sodass künftig Satzungsregelungen zu Werbeanlagen ausschließlich in der jeweiligen teilräumlichen Werbesatzung zu finden sind.

Die teilräumliche Überarbeitung der Werbesatzung ist nun für folgende Teilbereiche des Stadtgebietes vorgesehen:

- Teilbereich „Am Stern – Drewitz“
- Teilbereich „Babelsberg“
- Teilbereich „Waldstadt/Teltower Vorstadt“
- Teilbereich „Innenstadt“
- Teilbereich „Potsdam West – Brandenburger Vorstadt“
- Teilbereich „Jägervorstadt – Bornstedt“
- Teilbereich „dörflich geprägte Siedlungslagen“ (zunächst im „alten“ Stadtgebiet vor der Eingemeindung am 27.10.2003).
- Teilbereich „Sacrow“

Die teilräumlichen Werbesatzungen sollen einer einheitlichen Systematik folgen, die zeitliche Abfolge für die Einbringung dieser Satzungen in die Stadtverordnetenversammlung ist jedoch noch offen.

Im weiteren Verfahren wird auch über die Notwendigkeit von teilräumlichen Werbesatzungen in den neuen Ortsteilen zu entscheiden sein.

Der Systematik der Werbesatzung liegen folgende Prinzipien zugrunde:

- Die räumliche Abgrenzung des Geltungsbereichs einer teilräumlichen Werbesatzung umfasst nicht einen gesamten Stadtteil oder Teilbereich, sondern beschränkt sich auf diejenigen Gebiete innerhalb eines solchen Teilbereichs, die regelungsbedürftig sind. Der bauliche Außenbereich und weitere Flächen, für die kein Regelungsbedarf besteht, sind daher vom Geltungsbereich einer teilräumlichen Werbesatzung ausgeschlossen.
- Innerhalb eines Teilbereichs erfolgt eine Gliederung in
  - Gebiete zur Erhaltung der barocken Flächendenkmale
  - Gebiete zum Schutz von Baudenkmalen
  - Gebiete zum Schutz bestimmter Plätze von geschichtlicher oder städtebaulicher Flächen
  - Gebiete in Nachbarschaft zu schützenswerten Gebieten
  - Gebiete zum Schutz der Wohnfunktion
  - Fußgängerzone der Brandenburger Straße und Nebenstraße,

für die jeweils spezifische Regelungen in Abstufung des jeweiligen Schutzgrades des einzelnen Gebietes gelten.

Die Einbeziehung der Flächen von Hauptverkehrsstraßen ermöglicht dabei auch Regelungen zu Werbung an und in Haltestellen und zu Werbung an Lichtmasten auf Hauptverkehrsstraßen auf entsprechender vertraglicher Basis. Auch die Bewerbung dieser Flächen für kulturelle Zwecke ist in diesem Rahmen möglich.

- Zur besseren Steuerung soll mit der Werbesatzung zugleich eine Erlaubnispflicht auch für diejenigen Werbeanlagen eingeführt werden, die keiner Baugenehmigung bedürfen, sowie eine Anzeigepflicht für zeitlich befristete Werbeanlagen.
- Im Interesse einer verträglicheren Einbindung von Bauzäunen und Baugerüsten in das Stadtbild werden Werbeanlagen auf diesen Flächen einer großzügigeren Regelung unterzogen.

Mit der hier vorliegenden Beschlussvorlage zur öffentlichen Auslegung der Werbesatzung, Teilbereich „Innenstadt“, soll die gesetzlich nicht zwingende Bestätigung der Stadtverordnetenversammlung zum Entwurf der Werbesatzung eingeholt werden, auch um auf diese Weise die Billigung der Systematik dieser Satzung durch die politischen Entscheidungsträger für den weiteren Überarbeitungsprozess der teilräumlichen Werbesatzungen einzuholen.

Im Geltungsbereich der Werbesatzung, Teilbereich „Innenstadt“ liegen keine Bebauungspläne, die Festsetzungen zu Werbeanlagen enthalten und daher einer parallelen Änderung zugeführt werden müssten.

### **Empfehlung der Verwaltung**

Sofern die Stadtverordnetenversammlung dem Vorschlag der Verwaltung folgt, kann der Beschluss zur öffentlichen Auslegung der Werbesatzung für den Teilbereich „Innenstadt“ gefasst werden.